J. Paulo Serra
Manual de Teoria da Comunicação
Livros Labcom 2007

J. Paulo Serra

Manual de Teoria da Comunicação

Universidade da Beira Interior
2007

Conteúdo

Introdução

A "comunicação" assumiu um lugar tão central nas nossas sociedades que se tornou corrente a afirmação de que vivemos em plena "sociedade da comunicação"; uma tal expressão tornou-se mesmo tema de Congressos dos cientistas da comunicação.[1] Porque é que a nossa sociedade se tornou uma sociedade de tal forma "conquistada pela comunicação" que, quer individual quer colectivamente, nos encontramos submetidos a uma verdadeira "obrigação de comunicação"?[2]

Uma primeira resposta, mais *evidente*, a esta pergunta – uma resposta que todos os dias, a todas as horas, nos entra, literalmente, pelos olhos e ouvidos adentro – é a de que as chamadas "tecnologias da informação e comunicação" assumiram, nas nossas sociedades, um papel tão decisivo que é praticamente impossível passar (e pensar) sem elas.

Uma segunda resposta, também ela mais ou menos evidente, é a de que a natureza "democrática" das nossas sociedades, em que os processos de decisão assentam cada vez mais, pelo menos idealmente, na discussão entre os participantes, na troca de informações, na própria

[1] Para nos referirmos apenas a dois acontecimentos científicos relativamente recentes, o I Congresso Ibérico de Comunicação, realizado em Málaga em Maio de 2001, escolheu como tema "A Sociedade da Comunicação no Século XXI"; e o II Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM), realizado em Lisboa em Outubro de 2001, a expressão "Rumos da Sociedade da Comunicação".

[2] Retomamos aqui as expressões de Bernard Miège, *La Société Conquise para la Communication*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1989, p. 211 *et passim*.

mediatização, exige o alargamento constante das "trocas comunicativas".

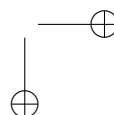
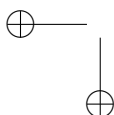
Uma terceira resposta, menos evidente mas quiçá mais essencial, é a de que, como defendem autores como Jürgen Habermas e Niklas Luhmann, ainda que a partir de pressupostos diferentes, a sociedade é, basicamente, comunicação. De facto, como avisa Habermas logo nas primeiras páginas da sua *Teoria do Agir Comunicacional*, esta não é uma meta-teoria, antes "permanece, no seu núcleo, uma teoria da sociedade".[3] Por seu lado, Luhmann afirma, nos seus *Sistemas Sociais*, que "[o] processo elementar que constitui o social como realidade especial é um processo comunicacional".[4]

Tendo em conta esta perspectiva de Luhmann e Habermas, afirmações do género da de teóricos da "comunicação de massa" como Melvin DeFleur e Sandra Ball-Rokeach, segundo a qual "a natureza dos processos de comunicação de uma sociedade está relacionada, de forma significativa, virtualmente com todos os aspectos das vidas quotidianas das suas pessoas"[5], só pecam por não serem suficientemente radicais – na medida em que acabam por nos remeter para a primeira das respostas que acabámos de mencionar.

Essa resposta não é, *apesar da sua evidência*, uma falsa resposta. De facto, foi o desenvolvimento exponencial dos *media*, e em particular dos chamados *mass media*, a partir dos finais do século XIX, que chamou a atenção para a necessidade de uma "pesquisa em comunicação" (*communication research*) que se confundiu, na maior parte dos casos, com a "pesquisa em comunicação de massa" (*mass communication research*). Essa resposta acabou por se repercutir, também, no *linguistic turn* que se inicia mais ou menos na mesma altura – e que, de forma muito significativa, é em grande medida também um *commu-*

[3] Cf. Jürgen Habermas, *Théorie de l'Agir Communicationnel*, Tome 1, *Rationalité de l'Agir et Rationalisation de la Société*, Paris, Fayard, 1987, p. 11.

[4] Niklas Luhmann, *Sistemas Sociales. Lineamientos para una Teoría General*, Barcelona, Anthropos, 1998, p. 141.

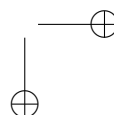
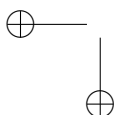
[5] Melvin L. DeFleur, Sandra Ball-Rokeach, *Theories of Mass Communication*, Nova Iorque, Longman, 1988, p. 10.

nicational turn, como o demonstra a importância que teorias como a semiologia de Saussure ou a semiótica de Peirce concedem à função comunicacional dos signos.

A tomada de consciência da importância dos "meios" – os *media*, os signos – acabou por levar, no espaço de cerca de um século, à tomada de consciência da importância dos "fins": a própria existência da sociedade humana. Esta segunda tomada de consciência é designada, hoje, pela expressão "ciências da comunicação". Estas "ciências" não são, assim, um saber mais ou menos instrumental, uma simples "arte" (*technê*) que poderia ser posta ao serviço de não importa que fins.[6] Elas são "teoria" no mais puro sentido do termo aristotélico: um saber que se sabe a si próprio e que, ao saber-se a si próprio, acaba por transformar aquele que o sabe. Como refere James Carey, "os modelos de comunicação são, então, não apenas representações da comunicação (*of communication*) mas representações para a comunicação (*for communication*), e, por conseguinte, "criam aquilo que nós, de forma não ingénua, fingimos que eles meramente descrevem", fazendo assim, da nossa ciência – e da ciência da comunicação em particular – uma ciência a que Alvin Gouldner chama "reflexiva".[7] Uma outra forma de dizermos o anterior seria, parafraseando a "cibernética da cibernética" ou "cibernética de segunda ordem" de Heinz von Foerster, afirmarmos que as ciências da comunicação acabaram por nos fazer tomar consciência de que os "sistemas observadores" estão incluídos nos próprios "sistemas observados", que o homem não é um "observador indepen-

[6] A instrumentalização é, como sublinha Adriano Duarte Rodrigues, um dos "vícios" mais graves a que se encontra sujeito o ensino universitário, nomeadamente o dos estudos de comunicação. Cf. Adriano Duarte Rodrigues, *Os Estudos de comunicação na Universidade*, 2001, www.bocc.ubi.pt.

[7] James W. Carey, "A cultural approach to communication", in Denis McQuail, *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, Londres, Sage Publications, 2002, p. 43.

dente que observa como vai o mundo" mas antes "um actor participante no drama da interacção mútua".[8]

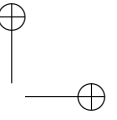
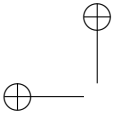
A inclusão do observador naquilo que observa tem, como uma das suas consequências fundamentais,[9] a natureza sempre parcial e limitada da observação; o que significa que a diferentes observadores não poderão deixar de corresponder diferentes observações, isto é, diferentes "modelos de comunicação" e, decorrentes destes, diferentes "teorias da comunicação". Assim, as ciências da comunicação não são apenas um saber "reflexivo", mas também multi-paradigmático – e, assim, duplamente problemático.

Se há disciplina em que se revela este (duplo) carácter problemático das ciências da comunicação ela é, sem dúvida, a de Teoria da Comunicação.

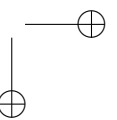
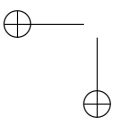
Compreende-se, assim, que a I Parte deste Relatório incida sobre aquilo a que chamámos "Questões epistemológicas", em que procuramos reflectir, num primeiro momento, sobre o estatuto epistemológico das ciências da comunicação – as suas origens, as suas fontes e o seu campo epistémico; e, num segundo momento, sobre o lugar da Teoria da Comunicação no campo das ciências da comunicação – um lugar que se torna problemático quer pelas dificuldades de conciliação dos múltiplos paradigmas e teorias que integram o campo de tais ciências, quer pela própria heterogeneidade dos fenómenos comunicacionais.

Numa II Parte, que intitulámos "Teoria da Comunicação" e se desenrola ao longo de sete capítulos, apresentamos os tópicos e as teorias

[8] Cf. Heinz von Foerster, "Ethics and Second Order Cybernetics", in *Constructions of the Mind: Artificial Intelligence and the Humanities*, Stanford Humanities Review, 4, No.2, S. 308-327, 1995, http://www.stanford.edu/group/SHR/42/text/foerster.html.

[9] Outra das consequências, não despiciendas, de tal processo é a transformação da nossa sociedade numa sociedade eminentemente "reflexiva" e "de risco" – uma sociedade que, e em virtude daquilo que ela mesma cria, se vê desapossada de toda a garantia de certeza e previsão. Cf. Ulrich Beck, *Risk Society. Towards a New Modernity*, Londres, Sage Publications, 1998; Anthony Giddens, *As Consequências da Modernidade*, Lisboa, Celta, 1992.

da comunicação que consideramos fundamentais. A impossibilidade de tratar todos os tópicos e todas as teorias da comunicação impôs-nos, como não podia deixar de ser, uma necessidade de selecção. Essa selecção foi feita de acordo com os seguintes critérios: relevância terminológica; impacto trans – e interdisciplinar; poder heurístico; carácter abrangente. É precisamente tendo em conta esses critérios que esta II Parte prevê, depois de dois capítulos de cariz mais ou menos introdutório e de contextualização – o primeiro, intitulado "A comunicação como problema", e o segundo, "Caracterização genérica do fenómeno comunicacional" –, cinco outros capítulos que se referem não só àquelas que consideramos como as principais teorias contemporâneas da comunicação mas também aos principais tipos de comunicação, interpessoal ou de massas, directa ou mediatizada, verbal ou não verbal. Obviamente que, como qualquer selecção, esta acabará sempre por ser discutível – mas seleccionar e discutir são, precisamente, duas das principais tarefas e responsabilidades do ensino e da investigação universitários. Visa-se, com esta II Parte, a consecução de três grandes objectivos de carácter geral: reflectir sobre o papel da comunicação na sociedade contemporânea; interpretar os fenómenos comunicacionais a partir dos conceitos básicos da teoria da comunicação; analisar criticamente algumas das principais teorias da comunicação. Acrecente-se, finalmente, que dado o carácter de Manual da presente obra, bem como o seu intuito assumidamente didáctico, no início de cada um dos capítulos indicam-se os principais objectivos a atingir e os conteúdos a tratar.

Parte I

Questões epistemológicas

Capítulo 1

O estatuto epistemológico das ciências da comunicação

1.1 Origens e institucionalização dos modernos estudos de comunicação

Entendida a comunicação no seu sentido amplo – no sentido em que, por exemplo, ela é definida por George Gerbner como "interacção social através de mensagens" –[1] , poderíamos dizer que os estudos de comunicação[2] remontam pelo menos a Platão e a Aristóteles, e às suas tematizações da linguagem em geral e da retórica e da poética em particular.

Entendida a comunicação no seu sentido hodierno, restrito, de co-

[1] George Gerbner, *apud* Denis McQuail, *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa, Gulbenkian, 2003, pp. 13-4. Esta mesma definição é retomada por John Fiske, *Introdução ao Estudo da Comunicação*, Porto, Asa, 2002, p. 14.

[2] Neste texto inicial utilizamos esta expressão em vez da expressão "pesquisa em comunicação", pelas conotações que a expressão inglesa *communication resarch* tem com a *masss communication research* americana; e em vez da expressão "ciências da comunicação", porque esta última denotaria uma definição que, em termos epistemológicos, académicos e institucionais não corresponde à do período seminal a que aqui nos referimos.

municação *mediatizada*[3], os estudos de comunicação têm um começo muito mais recente – embora nem todos os investigadores estejam de acordo acerca do momento em que se dá tal começo. Assim, para Kurt Lang, que ressalta a relação entre a pesquisa em comunicação e as transformações trazidas pela Revolução Industrial,

> As raízes históricas da moderna pesquisa da comunicação remontam ao século dezanove, altura em que os académicos começaram as suas investigações sistemáticas acerca das mudanças nos padrões de vida trazidas pela Revolução Industrial.[4]

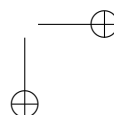
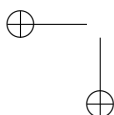
Entre tais "académicos" poderíamos incluir, para além de Tocqueville - a que Lang se refere explicitamente –, nomes como os de Comte, Le Bon, Tarde, Durkheim, Simmel ou Weber – que propõe, no I Congresso de Sociólogos, que teve lugar em Frankfurt, em 1910, a constituição de uma "sociologia da imprensa" que pode ser vista como a percursora da futura "sociologia da comunicação".[5]

Ainda que preferindo ressaltar a relação entre teoria da comunicação "em sentido amplo" – correspondendo àquilo a que nós temos vindo a chamar "estudos de comunicação" – e *media*, Denis McQuail chega a uma conclusão mais ou menos semelhante, ao afirmar que

> A teoria da comunicação, definida em sentido amplo, tem mais ou menos a mesma idade que o seu objecto de estudo, os *media* nas suas formas modernas de imprensa de

[3] O termo "mediatização" é utilizado aqui na seguinte acepção: "Processo que consiste em tornar acessível a um público mais ou menos vasto e distante uma mensagem sobre um acontecimento ou uma opinião através do recurso a um ou mais *media*." Adriano Duarte Rodrigues, *Dicionário Breve da Informação e da Comunicação*, Lisboa, Presença, 2000, p. 85.

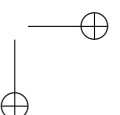
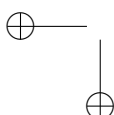
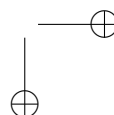
[4] Kurt Lang, "Communications Research: origins and development", in Erik Barnow *et al.* (eds.), *International Encyclopaedia of Communication*, Nova Iorque, Oxford, Oxford University Press, vol. 1, 1989, p. 369.

[5] Cf. Max Weber, "Towards a sociology of the press", *Journal of Communication*, n^o 26-3, Philadelphia, 1976.

> massa, rádio, filme e televisão, reflectindo a estreita interdependência entre a teoria social e a realidade social material.[6]

Já Elihu Katz prefere situar os inícios dos "cem anos de pesquisa em comunicação" no ensaio "L'opinion et la conversation" de Gabriel Tarde, publicado originalmente em 1898 na *Revue de Paris* e inserto depois, em 1901, como capítulo da obra *L'Opinion et la Foule*.[7]

Considera-se geralmente, no entanto, que – pelo menos em termos académicos e institucionais –, o momento inaugural dos estudos de comunicação se situa na criação em Leipzig, em 1916, pelo economista político Karl Bücher, do primeiro Instituto para o Estudo dos Jornais (*Institut für Zeitungskunde*) – isto mesmo se a primeira tese de doutoramento conhecida sobre jornalismo, a *De Relationibus Novellis*, de Tobias Pencer, da Universidade de Leipzig, data de 1690; ou mesmo ainda se no seu *Essay Concerning Human Understanding*, de 1690, John Locke considera a semiótica, centrada no estudo dos sinais (as palavras) através dos quais se torna possível a "comunicação de pensamentos", como uma das três partes da Filosofia. Seguindo a criação daquele Instituto, em 1926 eram já nove as universidades alemãs, das vinte e três então existentes, em que funcionava a área de Ciência dos Jornais (*Zeitungswissenschaft*): Berlim, Frankfurt, Freiburg, Hamburgo, Heidelberg, Colónia, Leipzig, Munique e Münster. No final dos anos 20, o termo *Publizistik* surge para abarcar o conjunto dos estudos de comunicação, referentes não só ao jornal mas também aos meios então emergentes como a rádio e o cinema. A seguir à II Guerra Mundial, e após o comprometimento das ciências da comunicação com o regime de Hitler, foi sob o título de *Publizistik* que se deu a refundação

[6] Denis McQuail, "The future of communication theory", in José A. Bragança de Miranda, Joel Frederico da Silveira (orgs.), *As Ciências da Comunicação na Viragem do Século*, Actas do I Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Lisboa, Vega, 2002, p. 57.

[7] Cf. Elihu Katz, "One hundred years of communication research", in José A. Bragança de Miranda, Joel Frederico da Silveira (orgs.), *ibidem,* p. 21.

dos estudos em comunicação na Alemanha – ainda que, na actualidade, o termo *Publizistik*, se bem que usado mais ou menos como sinónimo do termo *Kommunikationswissenschaften* (Ciências da Comunicação), tenda a ser preterido em relação a este e ao termo *Medienwissenschaften* (Ciências dos *Media*).[8]

Apesar destas origens europeias – mais propriamente alemãs – dos estudos de comunicação, a afirmação destes viria a dar-se, no pós-II Guerra Mundial, nos Estados Unidos. Como afirmam McQuail e Windahl,

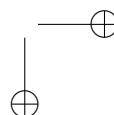
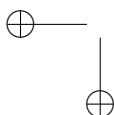
> Só depois da segunda guerra Mundial a comunicação foi efectiva e articuladamente encarada como tal. Tal como os primórdios da investigação empírica se constituíram em grande medida como um fenómeno americano, foi igualmente nos Estrados Unidos, no período do pós-guerra, que a possibilidade de uma ciência da comunicação se discutiu pela primeira vez.[9]

O anterior não significa, no entanto, que antes da II Guerra Mundial não houvesse já nos Estados Unidos investigações relativas à comunicação mediatizada. Assim, e para darmos apenas três exemplos: a partir de 1910, os autores da chamada Escola de Chicago, e nomeadamente Robert Park – antigo jornalista, que foi aluno de Georg Simmel e introduziu as teorias de Gabriel Tarde nos Estados Unidos – investigam a natureza dos jornais e o seu papel na integração dos imigrantes na vida dos EUA; nos anos 20, o Payne Fund promove um estudo em larga escala, cujo relatório foi publicado em 1933, intentando determinar os efeitos das comunicações de massa, nomeadamente dos *cartoons*, sobre as crianças; em 1927 é publicada aquela que podemos considerar como "a primeira peça do dispositivo conceptual da corrente da

[8] Sobre estes desenvolvimentos parafraseamos aqui António Fidalgo, *Publizistik ou as Ciências da Comunicação na Alemanha*, 1998, www.boccc.ubi.pt.

[9] Denis McQuail, Sven Windahl, *Modelos de Comunicação para o Estudo da Comunicação de Massas*, Lisboa, Editorial Notícias, 2003, pp. 14-15.

Mass Commmunication Research": a obra *Propaganda Techniques in the World War*, de Harold Lasswell.[10]

Apesar destes e de muitos outros estudos, como observam Melvin DeFleur e Sandra Ball-Rokeach, antes da II Guerra Mundial a "comunicação de massa" não existia enquanto "campo academicamente consolidado":

> Os pesquisadores que estudavam os *media* eram, usualmente, investigadores das ciências sociais básicas, ou de outros *backgrounds* académicos, que usavam o comportamento das audiências dos *media* como uma arena conveniente para estudar conceitos, hipóteses e teorias que eram, de facto, os das suas próprias disciplinas.[11]

A "consolidação" a que se referem DeFleur e Ball-Rokeach dar-se-á com a sociologia funcionalista do pós-II Guerra Mundial, podendo-se considerar como seu momento mais decisivo a fundação do *Buraeau of Applied Social Research* em 1941, na Universidade de Colúmbia, por Paul Lazarsfeld – que fora já, desde 1938, responsável pelo *Princeton Radio Project*. Os estudos de comunicação propostos por esta sociologia viriam a ter o seu programa decisivo na célebre fórmula de Lasswell, de 1948 – *Quem diz, o quê, por que canal, a quem, e com que efeito?* – e a sua consagração definitiva na formulação, pelo próprio Lazarsfeld e por Elihu Katz, na obra *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*, da hipótese do *two-step flow of communication*. Constitui-se assim aquilo a que, e com razões bem fundadas, Todd Gitlin chama o "paradigma dominante" nos estudos de comunicação.[12]

[10] Armand e Michèle Mattelart, *História das Teorias da Comunicação*, Porto, Campo das Letras, 1997, p. 31.

[11] Melvin L. DeFleur, Sandra Ball-Rokeach, *Theories of Mass Communication*, Nova Iorque, Longman, 1988, p. 170.

[12] Cf. Todd Gitlin, "'Media sociology': The dominant paradigm", *Theory and Society*, Vol. 6, Nr. 2, 1978 (Tradução portuguesa: "Sociologia dos meios de comunica-

Para além da sociologia funcionalista da comunicação, o outro elemento teórico importante na definição e consolidação do "paradigma dominante" é, como refere McQuail, a Teoria Matemática da Comunicação de Claude Shannon e Warren Weaver.[13] Esta teoria – ou, como talvez fosse mais correcto dizer, uma certa interpretação desta teoria – não só impulsionou os cientistas sociais a formular as suas próprias teorias da comunicação sob a forma de modelos, a partir dos finais dos anos 40 e princípios dos anos 50, como influenciou em grande medida a forma desses modelos e das próprias teorias subjacentes, a começar pela linguagem utilizada – algo que se evidencia, desde logo, quando atentamos nos elementos que os diversos modelos consideram como fazendo parte da comunicação: emissor, codificação em sinais ou símbolos, mensagem, canal, meio, receptor, relação, descodificação dos sinais ou símbolos, código, referente, efeitos, etc..[14] Assim, referindo-se à teoria de Shannon e Weaver, os Mattelart afirmam que a sua concepção da comunicação como "linha direita entre um ponto de partida e um outro de chegada" acabará por estar subjacente a escolas e correntes de investigação não só muito diferentes entre si como mesmo opostas. Assim,

> Ela subentende o conjunto da análise funcional dos "efeitos" e influenciou, também profundamente, a linguística estrutural (...). As complexificações que a sociologia dos *media* progressivamente trouxe a este modelo formal de

ção social. O paradigma dominante", in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade. Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*, Lisboa, Livros Horizonte, 2002).

[13] Cf. Denis McQuail, *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa, Gulbenkian, 2003, p. 48. Uma posição análoga é defendida por John Fiske, *Introdução ao Estudo da Comunicação,* Porto, Asa, 2002, p. 19.

[14] Cf. Denis McQuail, Sven Windahl, "Models of communication", in Erik Barnow *et al.* (eds.), *International Encyclopaedia of Communication*, Nova Iorque, Oxford, Oxford University Press, vol. 1, 1989, pp. 36-37; Denis McQuail, Sven Windahl, *Modelos de Comunicação para o Estudo da Comunicação de Massas*, Lisboa, Editorial Notícias, 2003, p. 15.

> base, introduzindo-lhe outras variáveis, respeitam este esquema origem-término (...). Refinam-no mas não lhe modificam a natureza, que é a de considerar a "comunicação" como evidente, como um dado bruto.[15]

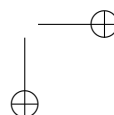
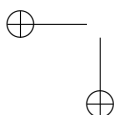
Numa perspectiva análoga à dos Mattelart, afirma Mauro Wolf a propósito da *communication research* que o "modelo informacional foi, durante muito tempo, o verdadeiro paradigma dominante, raramente posto em questão e o mais frequentemente utilizado; e nisso, a tradição empírica e a pesquisa crítica andaram a par e passo".[16]

Em termos globais, o "paradigma dominante" pode ser caracterizado sumariamente da seguinte forma: do ponto de vista político – "ideal de sociedade liberal e pluralista"; do ponto de vista sociológico – "perspectiva funcionalista"; do ponto de vista da teoria da comunicação – "modelo de transmissão linear de efeitos"; do ponto de vista da teoria dos *media* – "*media* poderosos modificados pelas relações de grupo"; do ponto de vista metodológico – "investigação quantitativa e análise das variáveis".[17]

No que se refere especificamente a Portugal, a investigação e o ensino universitários na área dos estudos de comunicação iniciaram-se com a criação da Licenciatura em Comunicação Social, na Faculdade das Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, em 1979, a que se seguiu, em 1980/81, a criação de um curso homónimo no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (ISCPS); a partir de fins da década de 80, os cursos de comunicação social, jornalismo e ciências da comunicação multiplicaram-se pelas várias instituições de ensino superior, universitárias e politécnicas, do país – de tal modo que, e de acordo com um estudo de Mário Mesquita e Cristina Ponte,

[15] Armand e Michèle Mattelart, *História das Teorias da Comunicação*, Porto, Campo das Letras, 1997, p. 51.

[16] Mauro Wolf**,** *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Presença, 1995, p. 106. Sobre as razões que explicarão a dominância de tal modelo, cf. pp. 106-108.

[17] Denis McQuail, *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa, Gulbenkian, 2003, p. 50.

no ano lectivo de 1996 existiam, em Portugal, mais de trinta cursos, frequentados por cerca de 6500 alunos. Em matéria de investigação, notaremos apenas que o primeiro doutoramento na área dos estudos de comunicação foi apresentado em 1990, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.[18] Assim, se é possível falar, como o fazia Katz em 1999, na conferência de abertura do I Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM), dos "cem anos de pesquisa em comunicação", esse período reduz-se, no caso português, a um escasso quarto de século.

Esta breve descrição das origens dos estudos de comunicação, que acabámos de fazer, não contém em si nada de inovador – de facto, ela reproduz e sintetiza, de forma mais ou menos fiel, as descrições que constam dos diverso manuais que versam sobre as "teorias da comunicação" e que são realmente, na maior parte dos casos, manuais de teorias da comunicação de massa ou de teorias dos *media* e da comunicação de massa. Tal descrição servir-nos-á, contudo, como ponto de partida para a reflexão propriamente dita sobre a natureza das ciências da comunicação.

1.2 As três fontes dos estudos de comunicação

A breve descrição das origens e institucionalização dos estudos de comunicação atrás delineada permite-nos concluir, desde logo, que:

i) Os primeiros e alguns dos mais significativos trabalhos relativos aos fenómenos da "comunicação" emergem, a partir dos finais do sé-

[18] Dados extraídos de José Rebelo, "Da comunicação social às ciências da comunicação. Breve análise crítica de duas décadas de ensino e de investigação", in José A. Bragança de Miranda, Joel Frederico da Silveira (orgs.), *As Ciências da Comunicação na Viragem do Século*, Actas do I Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Lisboa, Vega, 2002, pp. 131-2.

culo XIX e princípios do século XX, no campo da sociologia e, mais tarde, no da sociologia da comunicação;

ii) A primeira grande problemática da sociologia da comunicação foi a dos "efeitos" dos "meios de comunicação de massa" – uma problemática que, como refere João Pissarra Esteves, "sobressai como grande problemática mobilizadora de esforços para a constituição e, depois, para a rápida consolidação da sociologia da comunicação" tendo a sua presença marcado "até aos nossos dias, quase todos os grandes momentos do desenvolvimento desta disciplina científica" e acabando, assim, por "exercer uma espécie de função ordenadora sobre uma outra série de outras importantes problemáticas da disciplina".[19]

iii) A afirmação epistemológica, académica e institucional – universitária mas não só – dos estudos de comunicação efectuou-se, basicamente, nos departamentos de sociologia das grandes universidades americanas.

Compreende-se, assim, que se tenha afirmado, como "paradigma dominante" nos estudos de comunicação, um paradigma não apenas funcionalista e centrado nos "efeitos" mas também sociológico.

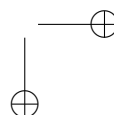
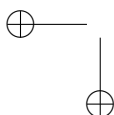
No entanto, logo na altura da sua constituição, este paradigma foi considerado como reducionista a vários títulos, a saber:

i) Epistemológico: reduz os estudos de comunicação à sociologia da comunicação e, dentro desta, à sociologia da "comunicação de massa" e, ainda dentro desta, à sociologia dos "efeitos" – com a exclusão ou, pelo menos, a secundarização não só das outras ciências sociais como das chamadas "humanidades";

ii) Ontológico: reduz a comunicação à "comunicação de massa", e esta aos seus (supostos) "efeitos" – com a exclusão, ou pelo menos a secundarização, dos outros tipos de comunicação e de outras problemáticas importantes no estudo da comunicação;[20]

[19] João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade. Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*, Lisboa, Livros Horizonte, 2002, p. 13. Ainda sobre a problemática dos "efeitos", cf. Jennings Bryant, Dolf Zillman (eds.), *Los Efectos de los Medios de Comunicación. Investigaciones y teorías*, Barcelona, Paidós, 1996.

[20] Compreende-se, assim, que uma obra ainda (relativamente) recente sobre as "te-

iii) Metodológico: reduz o método científico ao método empírico, quantitativo e estatístico – excluindo, como não científicos, os métodos qualitativos, descritivos e interpretativos e prolongando, assim, uma visão positivista da ciência e o seu monismo metodológico;

iv) Político: reduz a comunicação e os *media* a instrumentos da integração social, da estabilidade e do consenso – excluindo assim de facto, em nome da "pesquisa administrativa", toda e qualquer possibilidade de uma verdadeira crítica da comunicação e da sociedade vigentes.

Em consequência, todos e cada um destes pressupostos do "paradigma dominante" foram sendo postos em causa por teorias, seja contemporâneas seja posteriores, pressupondo paradigmas alternativos. Não sendo nosso objectivo, nesta introdução, analisar esse processo, limitar-nos-emos a indicar algumas das principais teorias integrantes desses paradigmas e alguns dos seus principais "fundadores": a "teoria crítica" da Escola de Frankfurt, nomeadamente Theodor Adorno e Max Horkheimer; a "teoria dos *media*" da Escola de Toronto, nomeadamente Harold Innis e Marshall McLuhan; os "estudos culturais" (*cultural studies*) da Escola de Birmingham, nomeadamente Richard Hoggartt, Raymond Williams e Stuart Hall; a semiótica, estruturalista ou não, nomeadamente Roland Barthes e Umberto Eco; o chamado "estruturalismo", nomeadamente Michel Foucault; a "crítica da cultura" de autores como Kenneth Burke e Alann Bloom; a "estética da influência e da recepção" de Hans Robert Jauss e Wolfgang Iser; a fenomenologia e a hermenêutica, nomeadamente Martin Heiddeger, Hans-Georg Gadamer e Paul Ricoeur; o marxismo, nomeadamente Louis Althusser, Hans Magnus Henzensberger e Henri Lefèbre; a "teoria dos actos de fala" de John Austin e John Searle; a "pragmática conversacional"

orias da comunicação de massa" afirme que, com o seu primeiro capítulo, "pretende-se estreitar o hiato entre o estudo da comunicação humana enquanto processo geral e o estudo específico da comunicação de massa." Melvin L. DeFleur, Sandra Ball-Rokeach, *Theories of Mass Communication*, Nova Iorque, Longman, 1988, p. xi.

de autores como Oswald Ducrot e Paul Grice; a antropologia "interpretativa" de Clifford Geertz; etc.

Dentro do campo da própria sociologia, teorias como a dos "usos e gratificações", de Elihu Katz e J. Blumer, ambos "trânsfugas" do campo funcionalista, a fenomenologia social de Alfred Schutz, o interaccionismo simbólico de George Herbert Mead e Herbert Blumer, a "sociologia das interacções" de Erving Goffman, a etnometodologia de Harold Garfinkel, a "nova comunicação" dos autores da escola de Palo Alto, a começar por Gregory Bateson, a própria "teoria dos sistemas sociais" de Niklas Luhmann, bem como autores como Egar Morin, Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard e Anthony Giddens, para além de muitas outras teorias e autores, representaram também contributos importantes para o pôr em questão do "paradigma dominante".

Mas, mais do que enumerar todos estes autores e teorias que, de uma forma ou outra, contribuíram para pôr em questão os pressupostos do "paradigma dominante" – e obrigados a esquecer muitos outros que também poderíamos ter nomeado –, o que nos interessa é chamar a atenção para o facto de que eles provêm de campos muito diversos, que incluem a sociologia, nomeadamente a não funcionalista, mas também disciplinas como a antropologia, a economia, a história, a psicologia social, a ciência política, a linguística, a semiótica, a filosofia, os estudos literários, etc., defendendo perspectivas também elas muito diversas. É antes de mais esta multiplicidade e diversidade que, como veremos adiante, torna problemático o campo a que hoje generalizadamente nos referimos como o das ciências da comunicação e, dentro deste, a área disciplinar da "teoria da comunicação". Na expressão "ciências da comunicação", a palavra "ciência" não pode entender-se num sentido limitativo – e limitativo a um duplo título:

i) Limitando o campo científico às ciências ditas lógico-formais ou empíricas - as "verdades de razão" e as "verdades de facto" de que já falava Leibinz –, o que excluiria, do campo das ciências da comunicação, todas as disciplinas – ditas "normativas" – que, como a Ética, a Retórica, etc., tratam de valores e de normas de acção;

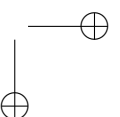
ii) Limitando o campo científico às ciências ditas "teóricas" – o que excluiria, do campo das ciências da comunicação, todas as disciplinas que, seguindo a terminologia de Aristóteles, podemos chamar "poiéticas" (disciplinas como os ateliers de Jornalismo, de Publicidade, etc.) e "práticas" (as já referidas Ética, Retórica, etc.).

Em obra recente, Klaus Bruhn Jensen resume toda esta multiplicidade e diversidade referindo-se às Humanidades e às Ciências Sociais como as duas grandes áreas epistemológicas que se encontram na base das ciências da comunicação – destacando, no seio das primeiras, quatro grandes tradições, algumas delas remontando aos começos da própria filosofia: a retórica, a hermenêutica, a fenomenologia e a semiótica.[21] Enfatizando a importância destas quatro tradições – das Humanidades – na emergência dos estudos de comunicação, e relativizando, ao mesmo tempo, o papel da sociologia da comunicação nessa emergência, Jensen acrescenta, noutro passo da mesma obra, que

> [...] antes das primeiras origens da pesquisa sobre os '*media*', a maior parte do pensamento sobre a comunicação e os seus efeitos tinha sido conduzida nas tradições retórica e estética de investigação, desde a retórica de Aristóteles, passando pela estética de Kant e a hermenêutica do século dezanove, até à semiótica – continuando todas elas a informar a teoria contemporânea da comunicação.[22]

[21] Cf. Klaus Bruhn Jensen, "The humanities in media and communication research", in Klaus Bruhn Jensen (ed.), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and quantitative methodologies*, Londres, Routledge, 2003, pp.15-39; Graham Mudock, "Media, culture and modern times. Social science investigations", *ibidem*, pp. 40-57. Cf., sobre a mesma temática, também Klaus Bruhn Jensen, *On the Edge. A Meta-Analysis of the State of Media and Communication Research*,

www.nordicom.gu.se/reviewcontents/ ncomreview/ncomreview200/KBJensen.pdf.

[22] Klaus Bruhn Jensen, "Media reception. Qualitative traditions", in Jensen (ed.), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and quantitative methodologies*, pp. 156-7.

Sublinhemos, nesta citação de Jensen, a sua afirmação de que as quatro tradições referidas – as Humanidades – continuam "todas elas a informar a teoria contemporânea da comunicação". Indo ainda mais longe do que Jensen, afirmaremos mesmo que, nos tempos mais recentes, são essas tradições que têm vindo a fornecer algumas perspectivas teóricas e métodos que têm possibilitado a renovação de estudos de comunicação que tinham atingido uma certa cristalização teorética, epistemológica e metodológica, muito por responsabilidade e pelo peso do tal "paradigma dominante" da sociologia da comunicação.

O resultado do processo que temos vindo a descrever – que nos conduz, no fundo, à situação presente – foi, como dissemos, a alteração de todos e cada um dos vários pressupostos do "paradigma dominante". Assim, e retomando a enumeração feita algumas páginas atrás, as actuais ciências da comunicação podem ser caracterizadas da forma que se segue a título:

i) Epistemológico: englobam uma multiplicidade de disciplinas, das ciências sociais às humanidades, e mesmo de perspectivas dentro de cada uma da dessas disciplinas (veja-se, mais uma vez, o caso da sociologia);

ii) Ontológico: centram-se no estudo de uma enorme multiplicidade de aspectos das várias formas de "comunicação", de "massa" e interpessoal, directa e mediatizada, verbal e não-verbal, passadas e contemporâneas, etc.;

iii) Metodológico: utilizam o método quantitativo e estatístico, mas também o método qualitativo e descritivo, o método experimental (com as devidas adaptações), o método crítico-reflexivo e, mais genericamente, todos os métodos que possibilitem o controlo intersubjectivo dos resultados, de tal forma que, e recorrendo à terminologia de Dilthey, podemos dizer que coexistem nelas a "explicação", própria das ciências da natureza, e a "compreensão", das "ciências do espírito" – fazendo com que o monismo metodológico dê lugar a um verdadeiro plura-

lismo metodológico, para não dizermos mesmo "anarquismo epistemológico", no sentido que Feyerabend dá a tal expressão;[23]

iv) Político: vêem a comunicação e os *media* como promotores da integração mas também da desintegração social, da estabilidade mas também da instabilidade, do consenso mas também do dissensão, tudo isto com variantes e em graus diversos – configurando uma situação a que, para utilizarmos novamente uma expressão de Feyerabend, chamaremos "relativismo democrático".

Acrescente-se, finalmente, que às Humanidades e Ciências Sociais referidas por Jensen como fontes dos estudos de comunicação, teremos de juntar as Ciências Físico-Matemáticas – já que, como afirmámos na secção anterior, e pelas razões então aduzidas, a Teoria Matemática da Comunicação de Shannon e Weaver e a própria Cibernética de Wiener e Foerster são outra das grandes fontes dos estudos de comunicação. Falaremos, assim, não em duas mas em três grandes fontes desses estudos.

1.3 O campo espistémico das ciências da comunicação

A história dos estudos de comunicação que delineámos explica, em grande medida –– mas não totalmente, como procuraremos argumentar adiante ––, porque é que o actual campo das ciências da comunicação é epistemologicamente problemático: como conciliar a multiplicidade e diversidade de disciplinas, cada uma com as suas perspectivas, os seus centros de interesse e os seus métodos próprios? Como estudar o que há de comum na multiplicidade e diversidade de "fenómenos comunicacionais" que as diversas disciplinas estudam? Em que medida se pode falar de um conjunto unificado de "ciências" que têm como objecto específico a "comunicação"? E o que se entende por "comunicação"? Acresce, ao anterior, que algumas das disciplinas que constam

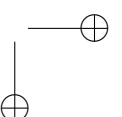
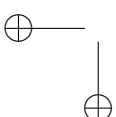
[23] Cf. Paul K. Feyerabend, *Contra o Método*, Lisboa, Relógio D' Água, 1993.

dos chamados "cursos de ciências da comunicação" dificilmente podem ser consideradas "ciências" no sentido restrito e moderno, mas tão-só no sentido antigo e aristotélico, do termo: seja porque são ciências "poiéticas", que visam e ensinar a produzir um determinado saber-fazer, profissionalizante (como é o caso das disciplinas ditas "práticas", como os diversos ateliers), seja porque são ciências "práticas", que visam fins mais ou menos normativos (com o é o caso da ética ou deontologia). Não admira, assim, que ainda em 1994, Adriano Duarte Rodrigues, um dos principais fundadores e impulsionadores dos estudos de comunicação em Portugal, referindo-se ao desenvolvimento desses estudos sobretudo a partir de 1930, afirme que

> [...] apesar da quantidade dos trabalhos e do número das equipas a que desde então deram origem, não existe ainda hoje, neste domínio do saber, um corpo homogéneo de conhecimentos nem uma metodologia capaz de constituir um processo cumulativo de investigações. Existe antes uma configuração de orientações muito diversificadas, um conjunto de referências provenientes da filosofia, da antropologia, da linguística, da sociologia, da psicossociologia, referências a que os estudiosos da problemática comunicacional recorrem e que articulam em função das questões que procuram equacionar e resolver.[24]

Escassos dois anos depois, este carácter problemático dos estudos de comunicação continua a ser sublinhado pelo mesmo autor quando se refere ao "lugar paradoxal" desta área na Universidade:

> É, por um lado, uma área em expansão, preferida por um número crescentes de candidatos ao ensino superior, mas é, por outro lado, uma área em que o esforço pedagógico e profissionalizante se sobrepõe ao trabalho científico,

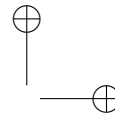
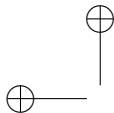
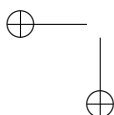
[24] Adriano Duarte Rodrigues, *Comunicação e Cultura. A experiência cultural na era da informação*, Lisboa, Presença, 1994, p. 40.

> tornando-se por isso uma área desacreditada, olhada com suspeição por parte das outras áreas do saber.[25]

Para obviar a tal situação, o autor aponta "quatro tarefas urgentes e prioritárias", a segunda das quais consiste exactamente em "delimitar as fronteiras da área da comunicação em relação às outras áreas de saber, procurando definir a sua especificidade." Para isso, o autor vê apenas duas maneiras possíveis, a material e a formal.

De acordo com a maneira material, os estudos de comunicação incidiriam nas áreas da oralidade, da escrita, do audiovisual e do multimédia. Esta maneira apresenta, no entanto, dois tipos de problemas: por um lado, cada uma das áreas mencionadas é estudada por outras disciplinas, não constituindo, portanto, uma área específica dos estudos de comunicação; por outro lado, a comunicação não se reduz à materialidade das áreas mencionadas, antes exigindo "uma elaboração teórica específica e transversal a essas materialidades". Resta-nos, por conseguinte, a maneira formal, centrada numa perspectiva "propriamente comunicacional" –– uma perspectiva de que o *Ensaio sobre a Dádiva*, de Marcel Mauss, poderá servir como orientação ––, e que se deixa resumir na tese de que a comunicação é o "domínio em que se processam as trocas simbólicas e se constituem, se alimentam, se reproduzem e se restabelecem as relações intersubjectivas da sociabilidade".[26]

Uma tal "maneira formal" de definir a comunicação e, por conseguinte, de resolver o problema da especificidade dos estudos de comunicação –– incluindo o próprio recurso ao exemplo de Mauss, considerado um dos pais da antropologia moderna ––, coloca, desde logo,

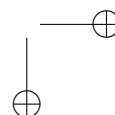
[25] Adriano Duarte Rodrigues, *Os Estudos de comunicação na Universidade*, 1996, www.bocc.ubi.pt. O que se segue é uma explicitação das principais teses deste artigo, que servirão de ponto de partida para a nossa reflexão ulterior. Sublinhe-se, ainda, que Daniel Bougnoux apresenta uma delimitação da "comunicação" que vai no mesmo sentido, ao afirmar que "o agir comunicacional não coloca em relação o sujeito e o objecto (par técnico), mas o sujeito com o sujeito (par pragmático). *É o homem agindo sobre (as representações de) o homem pela via dos signos*." Daniel Bougnoux, *Introduction aux Sciences de la Communication*, Paris, La Découverte, 2001, p. 9.

[26] Cf. Rodrigues, *ibidem*.

um problema epistemológico crucial: o da possível identificação do social com o comunicacional e, por consequência, das ciências sociais e humanas com os estudos de comunicação.[27]

De facto, e como fazíamos notar em artigo recente,[28] há hoje um conjunto de autores que pensam uma tal identificação como justificada – ainda que geralmente não coincida o conceito de "comunicação" que tais autores pressupõem. Referiremos, aqui, apenas alguns exemplos mais conhecidos. Assim, no campo da antropologia Claude Lévi-Strauss propunha-se, logo em ensaio de 1951, "considerar as regras de casamento e os sistemas de parentesco como uma espécie de linguagem, quer dizer, um conjunto de operações destinadas a assegurar, entre os indivíduos e os grupos, um certo tipo de comunicação" [no caso, das mulheres entre os clãs, linhagens ou famílias];[29] acrescente-se que o capítulo/ensaio a que pertence esta citação – o capítulo III, intitulado "Linguagem e sociedade – se inicia, precisamente, com a referência de Lévi-Strauss a Norbert Wiener e ao seu livro *Cibernética, ou Controlo e Comunicação no Animal e na Máquina*, de 1948. Alguns anos depois, e ainda no campo da antropologia, um dos teóricos da Escola de Palo Alto, Edward T. Hall, afirmava de forma lapidar que "a cultura é comunicação e a comunicação é cultura".[30] No campo da linguística, Roman Jakobson afirmava mesmo, num dos seus ensaios, a inclusão da linguística no "círculo" da semiótica e a desta, da antropologia social, da sociologia e da economia no "círculo mais largo"

[27] Esta "questão fundamental" – embora referindo-se à Semiótica ou Semiologia, e não às ciências da comunicação –, era colocada, já há alguns anos, num manual de "sociologia da comunicação", decidindo o autor deixá-la, por razões de oportunidade, fora do âmbito das suas preocupações: "Trata-se da questão da possibilidade de incorporar a Sociologia, juntamente com outras Ciências Sociais, a uma ciência geral dos sistemas de signos: a uma Semiologia, ou Semiótica, portanto." Gabriel Cohn, *Sociologia da Comunicação. Teoria e Ideologia*, S. Paulo, Pioneira, 1973, p. 13.

[28] Cf. Paulo Serra, "Comunicação e utopia", in José M. S. Rosa, J. Paulo Serra (orgs.), *Da fé na Comunicação à comunicação da Fé* (a aguardar publicação).

[29] Claude Lévi-Strauss, *Anthropologie Structurale*, Paris, Plon, 1974, p. 69.

[30] Edward T. Hall, *A Linguagem Silenciosa*, Lisboa, Relógio D'Água, 1994 (1959), p. 215.

de "uma ciência integrada da comunicação" – ainda que, e por razões que aqui não explicitaremos, atribuisse à linguística um papel central no seio dessa "ciência integrada da comunicação" –, fazendo sua "a observação sempre oportuna de Sapir" de acordo com a qual "todo o sistema cultural e cada acto isolado de comportamento social implica a comunicação quer num sentido explícito quer num sentido implícito".[31] No campo da sociologia, Niklas Luhmann tem vindo a afirmar que "a sociedade é unicamente composta de comunicações (e não de homens, por exemplo) e [que] tudo o que não é comunicação pertence ao ambiente desse sistema".[32] Numa reflexão em que se mesclam a antropologia, a psicologia, a psiquiatria e a própria filosofia, os investigadores da chamada "Nova Comunicação", nomeadamente os da Escola de Palo Alto - referimo-nos, concretamente, a autores como Gregory Bateson, Ray Birdwhistell, Erving Goffman, Edward Hall, Don Jackson, Arthur Scheflen e Paul Watzlawick - propõem-se considerar "os diversos sistemas interpessoais", incluindo aí "grupos de estrangeiros sem ligação entre si, casais, famílias, relações psicoterapêuticas e mesmo relações internacionais", como outros tantos fenómenos de "comunicação", reduzindo esta às "relações entre as entradas ("input") e as saídas ("output") de informação"[33], e acabando, assim, por identificar comportamento e comunicação.[34] No campo da filosofia e da sociologia, e se

[31] "A semiótica, enquanto estudo da comunicação de todas as espécies de mensagens, é o círculo concêntrico mais pequeno que envolve a linguística, cujo domínio de pesquisa se limita à comunicação das mensagens verbais. O círculo concêntrico seguinte, mais largo, é uma ciência integrada da comunicação que abraça a antropologia social, a sociologia e a economia" Roman Jakobson, "Le langage en relation avec les autres systèmes de communication", *Essais de Linguistique Générale*, Volume 2, *Rapports Internes et Externes du Langage*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1973, p. 93. Cf. ainda, na mesma obra, o ensaio "Relations entre la science du langage et les autres sciences", pp. 9-76.

[32] Niklas Luhmann, "La différentiation de la politique et de l'économie", in *Politique et Complexité*, Paris, Les Éditions du Cerf, 1999, p. 52.

[33] Cf. P. Watzlawick, J. Helmick Beavin, D. Jackson, *Une Logique de la Communication*, Paris, Éditions du Seuil, 1972, p. 26.

[34] Watzlawick, Beavin, Jackson, *ibidem*, p. 16.

bem que partindo de pressupostos não só diferentes como antagónicos em relação a muitos dos autores que acabámos de referir, Jürgen Habermas tem vindo a enfatizar a importância do "agir comunicacional"[35] em relação ao "agir instrumental", propondo o ideal de uma sociedade em que não só se mantenham separados os dois tipos de acção mas em que o primeiro tipo acabe por, em última análise, dirigir o segundo; uma sociedade em que, através da "destruição das restrições da comunicação", se torne possível a "discussão pública, sem restrições e sem coacções (...) em todos os níveis dos processos políticos e dos processos novamente politizados de formação da vontade".[36]

Quanto às origens desta "viragem comunicacional", já há mais de três décadas Michel Foucaul atribuía-a à própria linguística de Saussure – interpretando, assim, a "viragem linguística" como "viragem comunicacional" –, assente numa concepção de língua não como "tradução do pensamento" e "representação" mas sim como "forma de comunicação", e a partir da qual o "colectivo" ou social "deixará de ser a universalidade do pensamento, quer dizer, uma espécie de grande sujeito que seria uma algo como uma consciência social ou personalidade de base", para ser "um conjunto constituído por pólos de comunicação, por códigos que são efectivamente utilizados e pela frequência e estrutura das mensagens que são enviadas".[37] Uma perspectiva que, sublinha Foucault, não se limita às ciências sociais e humanas, antes se estendendo à generalidade das ciências, nomeadamente à biologia, através dos estudos sobre a hereditariedade e o código genético:

> Para resumir tudo isso, direi que a linguística se articula actualmente sobre as ciências humanas e sociais por uma estrutura epistemológica que lhe é própria, mas que

[35]Cf. Jürgen Habermas, *Théorie de l'Agir Communicationnel*, Tome 1, *Rationalité de l'Agir et Rationalisation de la Société*, Paris, Fayard, 1987, p. 102.

[36] Jürgen Habermas, *Técnica e Ciência como "Ideologia"*, Lisboa, Edições 70, 1993, p. 88.

[37] Michel Foucault, "Linguistique et sciences sociales" (1969), in *Dits et Écrits*, Volume I (1954-1969), Paris, Gallimard, 1998, pp. 826-7.

> lhe permite (...) fazer aparecer o carácter se não universal pelo menos extraordinariamente espalhado dos fenómenos de comunicação, que vão da microbiologia à sociologia (....).[38]

A maior parte dos cientistas sociais e humanos não aceita, obviamente, esta (possível) identificação entre o social/humano e o comunicacional, as ciências sociais e humanas e as ciências da comunicação – tendendo a considerar a "comunicação" como um elemento entre outros do seu objecto de estudo (a "sociologia *da* comunicação", a "economia *da* comunicação", o direito *da* comunicação, etc.), e a ver-se como cientistas da "sua" própria ciência mesmo quando, e sobretudo quando, fazem as suas incursões nos domínios da "comunicação".[39] Um dos corolários desta posição é a afirmação de que as ciências da comunicação não passam de um "espaço" ou "território" interdisciplinar em que as várias ciências sociais e humanas confluem, cada uma com a sua perspectiva própria, os seus próprios métodos e objectivos para o estudo da sobredita "comunicação" – constituindo assim as ciências da comunicação uma espécie de apêndice sem direito a existência própria, à sua própria autonomia.

Mas uma tal posição ignora, precisamente, que aquilo a que se chama a "comunicação" não é um objecto empírico ou material, mas antes um objecto *formal*: uma certa perspectiva ou ponto de vista sobre os fenómenos sociais e humanos. Um ponto de vista que se refere àquilo a que, nos fenómenos sociais e humanos, Adriano Duarte Rodrigues chama, como vimos, as "trocas simbólicas" e "as relações intersubjectivas da sociabilidade", ou àquilo a que Daniel Bougnoux chama a acção do homem sobre o homem "por via dos signos". O mesmo é dizer que, e para recorrermos a alguns exemplos, a "sociologia da comunicação" é menos o estudo sociológico de um fenómeno chamado

[38] Foucault, *ibidem*, p. 828.

[39] Cf. Bernard Miège, "Le communicationnel et le social: déficits récurrents et nécessaires (re)-positionnements théoriques", in *Loisir et Société*, vol. 21, N^o 1, Presses de l' Université du Québec, 1998, http://www.u-grenoble3.fr/les_enjeux.

"comunicação" que uma visão comunicacional dos factos sociais; a antropologia da comunicação é menos o estudo antropológico da "comunicação" que o estudo comunicacional da cultura; a linguística é menos o estudo linguístico da "comunicação" que a visão comunicacional da língua; e assim sucessivamente. Isso mesmo parece querer significar Bougnoux quando afirma sobre as "ciências da informação e da comunicação" que,

> [. . .] no campo intelectual, a disciplina surgiu de uma interrogação antropológica sobre a redefinição da cultura, identificada com as diferentes maneiras de comunicar e centradas, em primeiro lugar, nos anos 60, na troca e na formalização linguística (com as pesquisas 'estruturalistas' de Lévi-Strauss, Barthes ou Jakobson).[40]

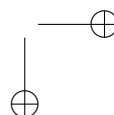
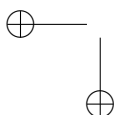
Esta visão das ciências da comunicação não nega que, e como se afirma correntemente, elas constituam um espaço interdisciplinar ou uma "interdisciplina", como lhe chama Bougnoux.[41] Não cremos, no entanto, que tal "interdisciplina" possa ser concebida como o faz o autor, seja como uma espécie de continuação da filosofia tradicional por meios menos "idealistas",[42] seja como uma espécie de actividade de "colagem" de saberes que, sem isso, permaneceriam dispersos e cegos uns perante os outros,[43] seja ainda como uma espécie de "nuvem" meta-

[40] Daniel Bougnoux, *Introduction aux Sciences de la Communication*, Paris, La Découverte, 2001, p. 7.

[41] Cf. Bougnoux, *ibidem*, p. 3 *et passim*.

[42] "À sua maneira, a 'comunicação' prolonga a filosofia relançando as grandes questões tradicionais (. . . .). Com menos idealismo que a abordagem filosófica, as SIC examinam as condições práticas (a ferramenta mediática, institucional e simbólica) que são as nossas." Bougnoux, *ibidem*, pp. 7-8.

[43] "Pensar os fenómenos de comunicação leva a várias ingerências em outras disciplinas, nas quais nós exerceremos um direito de acompanhamento. Não pelo prazer de adicionar pedaços de saberes dispersos, mas para colocar estes em união, parar os ligar e esclarecer uns pelos outros." Bougnoux, *ibidem*, p. 5.

fórica que cobre todos os saberes (para os velar?).[44] Todas estas visões nos parecem oscilar entre aquilo a que, e passe o exagero, chamaremos o paternalismo e o providencialismo epistemológicos.

Na realidade, a interdisciplinaridade que caracteriza as ciências da comunicação resulta não do facto de múltiplas disciplinas, com perspectivas diferentes, estudarem a mesma coisa – a "comunicação" –, mas, ciomo dissemos, do facto de múltiplas disciplinas, *adoptando a mesma perspectiva* – "comunicacional" –, estudarem coisas diferentes, correspondendo aqui, estas "coisas diferentes", aos diferentes objectos das várias ciências sociais e humanas.[45] Assim, e ainda que pelas razões contrárias às aduzidas pelo autor, parece continuar a justificar-se a afirmação feita pelo mesmo Bougnoux, em 1999, de que "a metáfora da saladeira é, sem dúvida, mais apropriada do que a do *melting pot* para pensar esta diversidade do pôr em comum das ciências da comunicação, cujo plural é inultrapassável, rebelde a toda a tentativa prematura de unificação".[46]

Quanto às razões pelas quais a identificação do social com o comunicacional e das ciências sociais e humanas com as ciências da comunicação não anula a especificidade das primeiras em relação às segundas – uma hipótese que, dada a "viragem comunicacional" que acima referimos, não parece de todo descabida –, uma primeira razão, epistemológica, tem a ver com o facto de cada uma das ciências sociais continuar a manter, a par da perspectiva comunicacional, o seu objecto (formal) específico, a sua linguagem própria e, em muitos casos, uma particular forma de utilização dos métodos e técnicas de investigação

[44] "A comunicação é como uma grande nuvem que os ventos empurram e esfarrapam, e que plana praticamente sobre todos os saberes." Bougnoux, *ibidem*, pp. 10-11.

[45] Cf., acerca da distinção das diversas ciências sociais, o clássico de A. Sedas Nunes, *Questões Preliminares sobre as Ciências Sociais*, Lisboa, Presença, 2001.

[46] Daniel Bougnoux, "La communication au carrefour des savoirs", in José A. Bragança de Miranda, Joel Frederico da Silveira (orgs.), *As Ciências da Comunicação na Viragem do Século*, Actas do I Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Lisboa, Vega, 2002, p. 99.

científica. Outra razão reside, obviamente, na posição institucional, académica e não só, de ambos os grupos de ciências. De facto, e como mostrou Thomas Kuhn, a definição de uma disciplina ou de um conjunto de disciplinas como científicas não envolve apenas critérios epistemológicos, mas também sociológicos – mais concretamente, a cada paradigma corresponde uma determinada comunidade científica e, a esta, determinados papéis e estatutos académicos e institucionais que determinam o seu reconhecimento não só pela comunidade científica em geral como pelo conjunto da sociedade, e que se materializam na existência de cursos universitários visando, nomeadamente, a formação profissional para determinadas áreas, de investigações, de reuniões e publicações científicas, etc.. Ora, a este nível, a distinção entre os cientistas sociais e humanos e os da comunicação continua a ser forte. Uma posição algo semelhante é também defendida por Roland Barthes quando, referindo-se às ciências sociais e humanas, afirma que o que define a ciência

> [. . .] não é nem o seu conteúdo (ele é, frequentemente, mal limitado e lábil), nem o seu método (ele varia de uma ciência para outra: o que há de comum entre a ciência histórica e a psicologia experimental), nem a sua moral (a seriedade e o rigor não são propriedade da ciência), nem o seu modo de comunicação (a ciência é impressa nos livros, como tudo o resto), mas tão-só o seu *estatuto*, quer dizer, a sua determinação social: é objecto da ciência toda a matéria que a sociedade julga digna de ser transmitida. Numa palavra, a ciência é aquilo que se ensina.[47]

[47] Roland Barthes, "De la science à la littérature", in *Oeuvres Complètes*, Tome II, Paris, Éditions du Seuil, 2002, p. 1263.

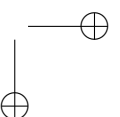
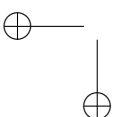
Capítulo 2

A Teoria da Comunicação no campo das ciências da comunicação

2.1 A multiplicidade das teorias da comunicação

Ao contrário do que indica a sua morfologia, "teoria da comunicação" é uma expressão que se refere não só a um plural como a um plural extremamente problemático. Bastaria, para tal constatação, limitarmo-nos a percorrer os índices dos vários manuais ou a consultar os programas das várias instituições universitárias que versam sobre o tema; se quiséssemos apenas nomear os autores que enfatizam uma tal multiplicidade e problematicidade, a lista seria quase interminável.[1] Faremos referência, por isso mesmo, apenas a três exemplos recentes.

Assim, logo no início de uma obra destinada a introduzir alguma

[1] Cf. Luiz C. Martino, "Épistémologie de la communication: scepticisme et intelligibilité du savoir communicationnel", in *Les Enjeux de l'Information et de la Communication,* 2003, http://www.u-grenoble3.fr/les_enjeux.

ordem na matéria, interroga-se o autor: "como cobrir estes territórios imensos e articulá-los entre si? Como entender-se acerca de uma base ou um *corpus* mínimo de referências teóricas, de conceitos ou, como se diz, de *paradigmas*?"[2] Noutra, destinada a analisar as metodologias da pesquisa em *media* e comunicação, o autor refere que "Anderson (1996) identificou, recentemente, 249 definições ou teorias da comunicação".[3] Numa terceira, os organizadores de umas jornadas e de um volume recentes sobre as teorias da comunicação referem-se ao risco de que "a reunião de análises provenientes de tão diferentes perspectivas acabe por não ser mais do que uma eclética manta de retalhos que apenas servirá, quando muito, para fazer um balanço mais ou menos exaustivo ou monumental, das abordagens teóricas em voga".[4] Não admira, portanto, que quase a terminar o seu *volumoso* clássico *apenas* sobre a teoria da comunicação de massas, McQuail afirme:

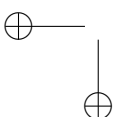
> É impossível aqui apresentar uma avaliação adequada do que se entende por teoria em relação à comunicação de massas, mas há que admitir que o grosso do trabalho descrito de forma sumária neste livro é ainda muito fragmentário e também de qualidade variável.[5]

Mas nada disto, diga-se, passa da constatação pura e simples. Importa, pois, indagar as razões da pluralidade e problematicidade que caracterizam o domínio da "teoria da comunicação" – o que faremos,

[2] Daniel Bougnoux, *Introduction aux Sciences de la Communication*, Paris, La Découverte, 2001, p. 3.

[3] Klaus Bruhn Jensen, "Context, cultures and computers. The cultural contexts of mediate communication", in Klaus Bruhn Jensen (ed.), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and quantitative methodologies*, Londres, Routledge, 2003, p. 172 (Jensen refere-se a J. Anderson, *Communication Theory: Epistemological Foundations*, Nova Iorque, The Guilford Press, 1996).

[4] José Manuel Santos, João Carlos Correia (orgs.), *Teorias da Comunicação*, Covilhã, UBI, 2004, p. 7.

[5] Denis McQuail, *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa, Gulbenkian, 2003, p. 484.

a seguir, tomando como ponto de partida o conceito kuhniano de paradigma.

2.2 Paradigmas e teorias

Apesar das críticas a que foi submetida a obra de Thomas S. Kuhn *A Estrutura das Revoluções Científicas*, de 1962, e em particular o seu conceito de "paradigma" – em posfácio de 1969 o próprio Kuhn se refere ao facto de Margaret Masterman ter concluído que o termo era utilizado naquela obra de vinte e duas maneiras diferentes –,[6] esse conceito, bem como os conceitos conexos, continua a ter um inegável valor explicativo e heurístico no domínio da epistemologia. Não sendo nosso objectivo analisar aqui de forma detalhada um tal conceito, interessa-nos, no entanto, e por razões que adiante se perceberão, analisar dois aspectos fundamentais a ele atinentes: i) a relação ente os conceitos de "paradigma" e "teoria científica"; ii) a tese kuhniana acerca da "incomensurabilidade" dos paradigmas.

Relativamente ao primeiro aspecto, e como decorre, desde logo, do próprio conceito de paradigma, a relação entre teoria e paradigma é a relação que existe entre a parte e o todo – já que a teoria é, juntamente com os métodos de investigação e padrões científicos (ou "exemplos"), um dos elementos que constituem essa "mistura inextricável" que constitui um paradigma, e que define não só o que são "problemas científicos" como o tipo de soluções aceitáveis para esses problemas.[7] Mais

[6] Thomas S. Kuhn, *A Estrutura das Revoluções Científicas*, S. Paulo, Perspectiva, 2000, p. 226. Sobre as críticas a Kuhn cf. por exemplo Imre Lakatos, Alan Musgrave (eds.), *Criticism and the Growth of Knowledge*, Cambridge, Cambridge University Press, 1999. Note-se, no entanto, que no artigo que dedica ao conceito de paradigma, inserto nesta última obra, Masterman refere-se apenas a vinte e um sentidos que podem, em última análise, reduzir-se a três: paradigmas metafísicos ou meta-paradigmas, paradigmas sociológicos e paradigmas construtivos ou artefactuais (*construct paradigms* ou *artefact paradigms*). Margaret Masterman, "The nature of a paradigm", in Lakatos, Musgrave, *ibidem*, pp. 61-66.

[7] "Ao aprender um paradigma, o cientista adquire ao mesmo tempo uma teoria,

especificamente, a relação entre paradigmas, teorias e fenómenos é caracterizada de forma sumária, por Kuhn, da seguinte forma: "Os paradigmas fornecem a todos os fenómenos (excepção feita às anomalias) um lugar no campo visual dos cientistas, lugar esse determinado pela teoria"[8] ; acrescentando, noutro passo mais ou menos do mesmo teor, que o paradigma

> [...] informa o cientista que entidades a natureza contém ou não contém, bem como as maneiras segundo as quais essas entidades se comportam. Essa informação fornece um mapa cujos detalhes são elucidados pela pesquisa científica amadurecida. (...) Por meio das teorias que encarnam, os paradigmas demonstram ser constitutivos da actividade científica.[9]

Sublinhemos, nestas afirmações de Kuhn, dois pontos que nos parecem fundamentais: em primeiro lugar, que não há fenómenos "em si", fora do "campo de visão" ou do "horizonte" aberto por um paradigma e pelas teorias que o integram, que os fenómenos são, por outras palavras, construções paradigmático-teóricas; em segundo lugar, que o paradigma fornece o "mapa" do território científico – o conjunto dos fenómenos relevantes – que as teorias estão destinadas a elucidar e pormenorizar, estabelecendo relações e previsões fenoménicas. É precisamente esta articulação entre paradigmas, teorias e fenómenos que – vista no sentido inverso – explica porque é que a rejeição de um paradigma pode ser ocasionada seja pela descoberta de um novo fenómeno, inexplicável pelas teorias que integram o paradigma vigente e constituindo, assim, uma "anomalia", seja pela invenção de uma nova teoria,

métodos e padrões científicos, que usualmente compõem uma mistura inextricável. Por isso, quando os paradigmas mudam, ocorrem alterações significativas nos critérios que determinam a legitimidade, tanto dos problemas, como das soluções propostas." Kuhn, *op. cit.,* p. 144.

[8] Kuhn, *ibidem*, p. 131.

[9] Kuhn, *ibidem*, p. 143.

que visa explicar e/ou prever os fenómenos que as teorias que integram esse mesmo paradigma já/ainda não conseguem explicar e/ou prever e, para além disso, contraditória com essas mesmas teorias.[10] Assim, não podemos pensar que as teorias que integram um paradigma são uma espécie de acessório de que o paradigma se poderia livrar sem qualquer consequência. Muito pelo contrário: são as teorias que servem de suporte ao paradigma. Quando essas teorias começam a titubear, a falhar na resposta às questões colocadas pelas "anomalias", são não só as teorias que se afundam mas também os próprios paradigmas.

Relativamente ao segundo aspecto, a incomensurabilidade dos paradigmas, podemos dizer que ela foi, sem dúvida, uma das teses de Kuhn que deu azo a mais discussões – e, segundo o próprio, também a mais más interpretações da sua obra. Essa incomensurabilidade existe a um duplo nível, que poderíamos designar por ôntico e epistémico: a nível ôntico, porque os "paradigmas sucessivos nos ensinam coisas diferentes acerca da população do universo e sobre o comportamento dessa população";[11] a nível epistémico, porque "a recepção de um novo paradigma requer com frequência uma redefinição da ciência correspondente".[12] São as alterações a estes dois níveis – ôntico e epistémico - que explicam, portanto, porque é que "a tradição científica normal que emerge de uma revolução científica é não somente incompatível, mas muitas vezes incomensurável com aquela que a precedeu".[13] De forma mais metafórica, o tipo de conversa possível entre dois paradigmas incomensuráveis será o de um autêntico "diálogo de surdos".[14] Atendendo às críticas a que foi sujeita a obra de Kuhn, e que aqui também não pormenorizaremos, no "Pósfácio-1969" de *A Estrutura das Revoluções Científicas* o autor parece relativizar de alguma forma a sua tese da incomensurabilidade, substituindo a metáfora do "diálogo de surdos" pela metáfora da "tradução". De acordo com esta última, a

[10] Cf. Kuhn, *ibidem*, pp. 130-1.
[11] Kuhn, *ibidem*, p. 137.
[12] Kuhn, *ibidem*, p. 138.
[13] Kuhn, *ibidem*, p. 138.
[14] Cf. Kuhn, *ibidem*, p. 144.

incomensurabilidade significa, tão-só, que os cientistas que partilham diferentes paradigmas são membros de "diferentes comunidades de linguagem" e que, para se entenderem entre si, têm de tornar-se "tradutores"[15] – ainda que Kuhn não deixe de enfatizar que "traduzir uma teoria ou uma visão do mundo na sua própria linguagem não é fazê-la sua", uma tradução não equivale a uma "conversão".[16] Sublinhe-se, ainda, que a incomensurabilidade dos paradigmas, bem como as "revoluções científicas" de que ela decorre, refere-se à situação de uma ciência já firmada como tal e em que, portanto, existia um paradigma dominante – e não à situação a que Kuhn chama "pré-paradigmática", em que no seio de uma futura ciência existem vários paradigmas em competição, sem predominância de qualquer deles. A situação "pré-paradigmática" é, por consequência, uma situação característica da fase não-científica ou pré-científica de uma determinada ciência ou campo científico.

2.3 Ciências paradigmáticas e ciências multi-paradigmáticas

O que é que tem a ver o conceito kuhniano de "paradigma" com a situação epistemológica das ciências da comunicação e, dentro destas, da disciplina de Teoria da Comunicação? Para começar, poderíamos perfeitamente aplicar aos cientistas da comunicação, colocando-a no presente, a afirmação que George Ritzer faz acerca da importância do trabalho de Kuhn para os sociólogos: " O trabalho de Thomas Kuhn forneceu um meta-sistema atractivo para os sociólogos interessados em analisar o estatuto do seu campo."[17] O autor refere-se, mais particularmente, ao conceito de paradigma e à tese de que numa ciência plenamente constituída impera um paradigma e a correspon-

[15] Kuhn, *ibidem*, p. 248.
[16] Kuhn, *ibidem*, pp. 250-1.
[17] George Ritzer, "Sociology: a multiple paradigm science", *The American Sociologist*, 1975, Vol. 10, Agosto, p.156.

dente comunidade científica. Precisamente contra esta tese de Kuhn, Ritzer afirma que "a maior parte das ciências, incluindo a sociologia contemporâneas, carece de um único paradigma abrangente. Elas são, de acordo com Masterman, ciências multi-paradigmáticas".[18] E, referindo-se ainda à sociologia, acrescenta Ritzer que ela é "uma ciência multi-paradigmática; cada um dos seus paradigmas encontra-se em competição pela hegemonia no seio da disciplina como um todo, bem como, virtualmente, no seio de cada uma das sub-áreas dentro da sociologia".[19]

Para sermos mais precisos, o texto de Masterman citado por Ritzer refere-se não à "maior parte das ciências", como este diz, mas às "ciências psicológicas, sociais e da informação" e à sua "presente situação global" (o texto de Masterman é de 1965); o que não obsta a que, e como parece depreender-se de algumas passagens do texto, se não possa dizer que grande parte das ciências ditas "naturais", e mesmo "exactas", são hoje também multi-paradigmáticas (basta pensar-se no problema dos "fundamentos das matemáticas" e na sua interpretação por logicistas, intuicionistas e formalistas) – de tal modo que a situação de ciências mono-paradigmáticas (a expressão é nossa) é, talvez, uma excepção reservada a momentos e domínios do saber muito raros e específicos.

Por conseguinte, se levássemos à letra a tese de Kuhn que faz equivaler "científico" a mono-paradigmático, teríamos que dizer que a maior parte das ciências contemporâneas, incluindo todas as ciências sociais e humanas e as ciências da comunicação, não seriam verdadeiramente científicas – algo que, obviamente, nenhum cientista ou epistemólogo contemporâneo poderia aceitar (ou talvez só algum positivista mais em-

[18] Ritzer, *ibidem*, p. 157. Entre nós, João Ferreira de Almeida e João Madureira Pinto optam pela utilização do termo "pluri-paradigmáticas" para caracterizar as ciências sociais. Cf. João Ferreira de Almeida e João Madureira Pinto, "Da teoria à investigação empírica. Problemas metodológicos gerais", in Augusto Santos Silva, José Madureira Pinto (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Afrontamento, 1987, p. 67.

[19] Ritzer, *ibidem,* p. 158.

pedernido). De facto, e ainda segundo Masterman, o que acontece nas ciências multi-paradigmáticas é que cada paradigma define um sub-campo, com a suas teorias próprias, as suas metodologias, as suas técnicas, e vai fazendo avançar a tarefa de *puzzle-solving* nesse sub-campo específico. Desta maneira, e mesmo não havendo nela um campo unificado, "a ciência multi-paradigmática é ciência em sentido pleno (*full science*), de acordo com os próprios critérios de Kuhn; com a ressalva de que estes critérios têm de ser aplicados tratando cada sub-campo como um campo separado."[20]

A posição de Ritzer e Masterman assemelha-se, nesta matéria, à de Imre Lakatos que, a partir do seu conceito de "programa de investigação", considera que o que Kuhn "chama 'ciência normal' não é mais do que um programa de investigação que obteve o monopólio", acontecendo na realidade que "os programas de investigação só raramente obtiveram o monopólio completo e, nesses casos, só por períodos relativamente curtos". Assim, acrescenta Lakatos,

> A história da ciência tem sido e devia ser uma história de competição entre programas de investigação (ou, se se preferir, "paradigmas"), mas não tem sido e não se deve transformar numa sucessão de períodos de "ciência normal": quanto mais cedo se inicia a competição, melhor para o progresso.[21]

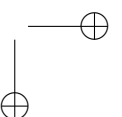
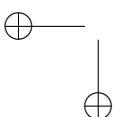
Quanto à importante questão de saber "como são eliminados os programas de investigação", a resposta de Lakatos é a de que, genericamente, a "razão objectiva" pela qual um programa de investigação elimina um seu rival deriva do facto de o paradigma vitorioso ser dotado de um maior "poder heurístico"; mas este processo não é nem

[20] Margaret Masterman, "The nature of a paradigm", in Imre Lakatos, Alan Musgrave (eds.), *Criticism and the Growth of Knowledge*, Cambridge, Cambridge University Press, 1999,p. 74.

[21] Imre Lakatos, *Falsificação e Metodologia dos Programas de Investigação*, Lisboa, Edições 70, 1999, p. 80.

imediato nem linear, sendo antes a regra a coexistência, competitiva, de diversos programas de investigação durante longos períodos de tempo – o que mostra não só a importância da ”tolerância metodológica” mas também a nossa incapacidade de responder à questão de saber “como são eliminados os programas de investigação”.[22]

2.4 Paradigmas da comunicação

Dando como adquirido que as ciências da comunicação em geral e a Teoria da Comunicação em particular são disciplinas multi-paradigmáticas, interessa determinar, desde já, quais são e qual a natureza dos principais paradigmas que nelas se digladiam.

A descrição sumária da história dos estudos de comunicação que fuzemos atrás, bem como a análise da íntima relação desses estudos com as ciências sociais e humanas, permitem-nos desde logo supor que tais paradigmas são, no essencial, originários dessas ciências em que, aliás, continuam a ter um papel fundamental. De facto, e embora não mencionando explicitamente o conceito de paradigma, Adriano Duarte Rodrigues observa que

> As razões desta ausência de uma teoria consensual no domínio dos estudos de comunicação, além de se prenderem obviamente com a complexidade dos problemas, têm sobretudo a ver com a diversidade e com o antagonismo das teorias sociais que se confrontam na modernidade.[23]

Referindo-se especificamente à teoria da comunicação de massa, mas podendo aplicar-se também à teoria da comunicação em geral, McQuail defende uma perspectiva semelhante:

[22] Cf. Lakatos, *ibidem*, pp. 80-2.

[23] Adriano Duarte Rodrigues, *Comunicação e Cultura. A experiência cultural na era da informação*, Lisboa, Presença, 1994, p. 40.

> A ausência de uma base disciplinar fixa durante muita da história da teoria da comunicação de massa permitiu o desenvolvimento de um corpo de teoria substantiva, mas promoveu a mudança e a diversidade das abordagens teóricas. De forma não surpreendente, contudo, estas reflectiram, em grande medida, as correntes de pensamento e os conflitos afectando de forma mais geral as ciências sociais.”[24]

Ainda na mesma linha, também DeFleur e Ball-Rokeach afirmam, no seu clássico sobre as teorias da comunicação de massa, que “os mais importantes paradigmas disponíveis para o cientista da comunicação incluem conjuntos de suposições [sobre a natureza do homem e da sociedade] extraídos fundamentalmente da psicologia, da psicologia social e da sociologia.”[25]

Quanto à questão de saber quais são, concretamente, esses paradigmas, estes últimos autores destacam os seguintes: i) no caso da sociologia (indica-se, a seguir ao nome do paradigma, o papel social que nele se atribui à comunicação): funcionalismo estrutural - estabilidade; evolução social – mudança; modelo do conflito social – conflito; interaccionismo simbólico – significados; ii) no caso da psicologia: o behaviorismo, a psicanálise e o paradigma cognitivo (considerando os autores este último como o actualmente dominante nos estudos de comunicação).[26]

Numa obra que hoje já é também um clássico na mesma matéria, e que citámos atrás, Mauro Wolf distingue três “modelos” ou paradigmas: o informacional, o semiótico-informacional e o semiótico-textual.[27]

---

[24] Denis McQuail, *McQuail’s Reader in Mass Communication Theory*, Londres, Sage Publications, 2002, pp. 5-6.

[25] Melvin L. DeFleur, Sandra Ball-Rokeach, *Theories of Mass Communication*, Nova Iorque, Longman, 1988, p. 31.

[26] Cf. DeFleur, Ball-Rokeach, *ibidem*, p. 31 e ss.

[27] Cf. Mauro Wolf, *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Presença, 1995, pp. 98-118.

Na perspectiva de Mcquail podemos, seguindo uma proposta de Rosengren (1983), agrupar as diversas teorias da comunicação (e da sociologia) em quatro paradigmas, distintos entre si quanto à forma como concebem a natureza da ciência (subjectiva/objectiva) e a da sociedade (regulação/mudança radical), como se indica a seguir ao nome de cada paradigma: funcionalista – objectiva/regulação; interpretativo – subjectiva/regulação; humanista radical – subjectiva/mudança radical; e estrutural radical – objectiva/mudança radical. No entanto, segundo o mesmo autor, de forma ainda mais básica, é possível classificar as diversas teorias da comunicação de massa em "mediacêntricas" e "sociocêntricas".[28]

Não rejeitando totalmente estas classificações, achamos que, para além de se referirem especificamente à "comunicação de massa" – mesmo quando, tomando a parte pelo todo, os autores falam simplesmente em "comunicação" –, elas estão demasiado próximas da sociologia – obviamente porque, e como explicámos em ponto anterior, os estudos de comunicação desenvolveram-se e institucionalizaram-se (sobretudo) com a sociologia. Importa, por isso, procurar classificações que, para além da "comunicação de massa" e da sociologia – das ciências sociais –, tenham em conta não só as múltiplas formas e aspectos da comunicação humana como o relevante contributo das ciências humanas e humanidades para o seu estudo. Inclinamo-nos, por isso mesmo, para perspectivas mais abrangentes como as de James Carey ou John Fiske.

Em artigo publicado em 1975, Carey distingue duas "visões" da comunicação: i) como "transmissão" (*transmission view of communication*) – que, diz, "é a mais comum na nossa cultura" e "é definida com termos como fornecer, enviar, transmitir ou dar informação a outros. É formada a partir de uma metáfora de geografia ou transporte. (...) O centro desta ideia de comunicação é a transmissão de sinais ou mensagens à distância com a finalidade de controlo";[29] ii) como "ritual"

[28] Cf. Denis McQuail, *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, Londres, Sage Publications, 2002, p. 6.

[29] James W. Carey, "A cultural approach to communication", in Denis McQuail,

(*ritual view of communication*) – de acordo com a qual "a comunicação está associada a termos como partilha, participação, associação, camaradagem e a posse de uma fé comum. (...) Uma visão ritual da comunicação está orientada não para a extensão das mensagens no espaço, mas sim para a manutenção da sociedade no tempo; não para o acto de fornecer informação, mas sim para a representação de crenças partilhadas".[30] Como observa McQuail, ao discutir ambos os modelos – a que junta o "publicitário" e o "de recepção" –, o modelo transmissivo tem mais a ver a com as ciências sociais, em particular a sociologia, e o ritual ou "culturalista" tem mais a ver com as humanidades, nomeadamente a literatura, a linguística e a filosofia.[31]

Quanto a Fiske, ainda que utilizando uma terminologia algo diferente da de Carey, tem uma perspectiva praticamente idêntica à deste último. Assim, defende que "há duas escolas principais no estudo da comunicação":

i) A processual, que concebe a comunicação como "transmissão de mensagens" através da qual se procura produzir um determinado "efeito" sobre os receptores, se centra nas questões da eficácia e da exactidão da comunicação e se relaciona sobretudo com as ciências sociais, nomeadamente a sociologia e a psicologia;

ii) A semiótica, que concebe a comunicação como "produção e troca de significados" resultante da interacção das pessoas com as mensagens ou textos, se centra nas questões relativas às diferenças culturais entre "emissores" e "receptores" e se relaciona sobretudo com disciplinas como a linguística e do domínio das artes.[32]

---

ibidem, p. 38. O texto, publicado originalmente em *Communication*, n^o 2, 1975, pp. 1-22, foi retomado em James W. Carey, *Communication as Culture*, Boston, MA, Unwin Hyman, 1989.

[30] Carey, *ibidem*, p. 39.

[31] Cf. Denis McQuail, *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa, Gulbenkian, 2003, p. 94.

[32] Cf. John Fiske, *Introdução ao Estudo da Comunicação*, Porto, Asa, 2002, pp. 14-16. Para uma visão de conjunto de muitas das teorias da "escola semiótica" – uma visão que começa, significativamente, com as teorias do signo de Saussure e Peirce

E se, na sequência de Gerbner, Fiske propõe a definição de comunicação como "interacção social através de mensagens", não deixa de observar que ambas as "escolas" interpretam de forma diferente quer o conceito de "interacção social" quer o conceito de "mensagem". Assim, mais concretamente: i) Conceito de "interacção social" – para a escola processual, ela é "o processo pelo qual uma pessoa se relaciona com outras ou afecta o comportamento, estado de espírito ou reacção emocional de outra e, é claro, vice-versa"; para a escola semiótica, ela é "aquilo que constitui o indivíduo como membro de uma cultura ou sociedade determinadas"; ii) Conceito de "mensagem" – para a escola processual, é "o que é transmitido pelo processo de comunicação", de modo necessariamente intencional, segundo alguns, mesmo de modo não intencional, segundo outros; para a escola semiótica, é "uma construção de signos que, pela interacção com os receptores, produzem significados".[33]

No que se refere à relação entre ambos os paradigmas - "ideias" ou "escolas" – da comunicação, nem Carey nem Fiske defendem que eles sejam incompatíveis. No entanto, enquanto que para Fiske eles podem, simultaneamente, complementar-se um ao outro em certos pontos e entrar em conflito noutros,[34] já para Carey a comunicação como transmissão acaba por subsumir-se na comunicação como ritual, que necessariamente (a primeira) pressupõe para que possa efectuar-se – pelo que se poderá definir a comunicação, no seu conjunto, como "o verdadeiro processo social mediante o qual as formas simbólicas significantes são criadas, apreendidas e usadas"[35] ou, ainda, como "um processo simbólico mediante o qual a realidade é criada, partilhada, modificada e preservada".[36]

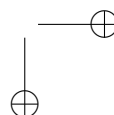
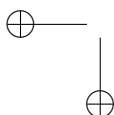
A questão que se coloca é, contudo, se os diferentes estudiosos da

–, cf. Paul Cobley (ed.), *The Communication Theory Reader*, Londres, Routledge, 1996.

[33] Cf. Fiske, *ibidem*, pp.15-6.

[34] Cf. Fiske, *ibidem*, p. 16.

[35] Carey, *ibidem*, p. 42.

[36] Carey, *ibidem*, p. 44.

comunicação não interpretarão os termos desta definição de Carey – nomeadamente "processo simbólico" e "realidade" – se não de tantas formas diferentes quantas esses estudiosos, pelo menos de acordo com os paradigmas não só diversos como antagónicos que defendem. Por outras palavras: não será toda a definição de comunicação um verdadeiro "círculo" – no sentido em que toda a definição de "comunicação" já pressupõe uma certa "teoria da comunicação", e vice-versa? E, a ser assim, que sentido terá falar-se numa disciplina de Teoria da Comunicação como se tratasse de algo unificado e consensual? Não seria mais adequado manter aqui o plural – e antagónico - e falar em Teorias da Comunicação?

2.5 A heterogeneidade dos fenómenos comunicacionais

As questões anteriores não se colocam apenas pelo facto de, como dizíamos mais atrás, o actual campo das ciências da comunicação derivar de e envolver uma multiplicidade e diversidade de disciplinas, cada uma com as suas perspectivas, os seus centros de interesse e os seus métodos próprios, tudo isto ainda diferenciado em função dos diversos paradigmas. Coloca-se, também, pelo facto – obviamente relacionado com o anterior – de aquilo a que se chama a "comunicação" envolver um conjunto de "níveis" e de fenómenos sobre os quais se torna difícil, senão mesmo impossível, elaborar uma teoria com mais ou menos pretensões de generalidade.

Assim, seguindo McQuail, podemos distinguir pelo menos os seguintes "níveis do processo de comunicação" (os exemplos de fenómenos são também de McQuail): intrapessoal – reflexão; interpessoal – díade/casal; intergrupal ou associação –comunidade local; institucional/organizacional – sistema político ou empresa; alargado a toda a

sociedade – comunicação de massas.[37] Sobre a possibilidade de articular todos estes níveis, o problema é colocada por McQuail nestes termos: "Embora os problemas colocados em cada nível sejam semelhantes nesta forma abstracta, na prática estão envolvidos conceitos muito diferentes e a realidade da comunicação varia muito de nível para nível"; o que explica, também, porque é que qualquer "ciência da comunicação" tem necessariamente de ser construída por diferentes 'corpos' de teoria e testemunhos trazidos de várias 'disciplinas' tradicionais (especialmente sociologia e psicologia nos primeiros tempos, mas agora também economia, história, literatura e estudos fílmicos)".[38]

Uma das consequências que daqui extraímos é a de que qualquer "teoria da comunicação" é não a teoria da "comunicação" em geral mas a "teoria" de um certo tipo ou aspecto da comunicação que, de forma implícita ou explícita, ela toma como ponto de partida e modelo.[39] Ilustraremos esta tese recorrendo apenas a dois exemplos de autores já citados neste trabalho, a saber, Habermas e Luhmann.

No que diz respeito a Habermas, e ao contrário das pretensões do seu autor, a "teoria do agir comunicacional" parece-nos ser, em última análise, uma teoria da comunicação centrada não apenas na conversação face-a-face, mas, mais do que isso, numa conversação cooperante, em que os interlocutores fazem um esforço para se entenderem e coordenarem as suas acções. Compreende-se, assim, a afirmação de Habermas de que o "agir comunicacional"

> [. . .] diz respeito à interacção de pelo menos dois sujeitos capazes de falar e de agir que se empenham numa relação interpessoal (seja por meios verbais ou extra-verbais).

[37] Denis McQuail, *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa, Gulbenkian, 2003, p. 10.

[38] McQuail, *ibidem*, p. 12.

[39] Fazendo nossas as palavras de Bougnoux, diremos também que "em nenhuma parte nem para ninguém existe *A* comunicação. Este termo recobre demasiadas práticas, necessariamente díspares, indefinidamente abertas e não enumeráveis" Daniel Bougnoux, *Introduction aux Sciences de la Communication*, Paris, La Découverte, 2001, p. 7.

> Os actores procuram um entendimento sobre uma situação de acção, a fim de coordenarem consensualmente os seus planos de acção e, assim, as suas acções. (...). Neste modelo de acção, a linguagem ocupa, como veremos, um lugar preeminente.[40]

E, acrescenta Habermas, só no agir comunicacional –ao contrário do que acontece no agir teleológic, no normativo ou na dramatúrgico–, a linguagem é utilizada de forma não unilateral, como um "meio de intercompreensão".[41] Tendo em conta estas afirmações, podemos mesmo ser tentados a ver o "agir comunicacional" de Habermas como a tradução, para termos da "teoria da sociedade", do "princípio de cooperação" de Paul Grice.[42]

À "teoria do agir comunicacional" de Habermas objecta Luhmann que, de facto, a questão – que considera "trivial" - não reside em afirmar que existem "formas específicas de acção por meio das quais os interlocutores aderem à comunicação orientada para a compreensão, aceitando razões suficientemente convincentes para justificar a própria escolha das suas acções", mas em querer generalizar, de sistemas particulares (de interacção) para o conjunto da sociedade, essas formas específicas de acção.[43] Ainda contra Habermas, Luhmann afirma a "possibilidade de conexão de acções de consenso e de dissenso", pelo que "a implicação universal da comunicação significativa é, apenas, a de que, qualquer que seja o seu sentido, *este aponta sempre para a convivência com os demais*. E não que isto deva implicar a expectativa ou o

[40] Jürgen Habermas, *Théorie de l'Agir Communicationnel*, Tome 1, *Rationalité de l'Agir et Rationalisation de la Société*, Paris, Fayard, 1987, p. 102.

[41] Habermas, *ibidem*, p. 111.

[42] Cf. Herbert Paul Grice, "Logic and Conversation", in Peter Cole, J. Morgan (eds.), *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*, Nova Iorque, Academic Press, 1975, pp. 22-40.

[43] Cf. Niklas Luhmann, "Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo", in *Organización y Decisión. Autopoiesis, Acción y Entendimiento Comunicativo*, Barcelona, Anthropos, 1997, p. 127.

estabelecimento de uma compreensão".[44] Ora esta crítica de Luhmann a Habermas só é possível a partir de um conceito de comunicação como um recurso cibernético destinado a garantir a *autopoiesis* dos sistemas sociais.

O facto de as diferentes teorias da comunicação serem não apenas diferentes como contraditórias, não significa, necessariamente, que estejam "erradas", podendo antes significar que a comunicação, enquanto fenómeno, envolve, ela própria, aspectos contraditórios entre si, e que não podem ser descritos em qualquer teoria geral da comunicação – que mais não seja porque uma teoria não pode, em princípio, conter elementos contraditórios entre si. Estamos, neste aspecto, de acordo com a posição de Miége, para quem "as teorias gerais, como os discursos interpretativos abarcando o conjunto do campo, bem como os discursos de peritos, fazem avançar pouco o conhecimento".[45] A alternativa não residirá, contudo, no recurso a "abordagens parciais ou a análises localizadas e estritamente mono-disciplinares", mas sobretudo à conjunção "da reflexão e de trabalhos fundados sobre metodologias inter-ciências, e *atravessando* os campos que cobrem a comunicação, sem pretender visar esta na sua totalidade".[46]

2.6 O lugar da Teoria da Comunicação

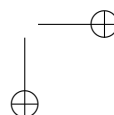
Depois da análise feita até aqui, estamos agora em condições de discutir o problema da delimitação do lugar da disciplina de Teoria da Comunicação no seio das ciências da comunicação.

Uma das abordagens possíveis do problema consiste em começarmos por dar uma definição de Teoria da Comunicação. Assim, numa obra relativamente recente, Adriano Duarte Rodrigues define a disciplina como o

[44] Luhmann, *ibidem*, p. 129.

[45] Bernard Miège, *La Société Conquise para la Communication*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1989, p. 16.

[46] Miège, *ibidem*, p. 18.

> Estudo sistemático dos processos de interacção, através da permuta de mensagens, entre os seres humanos, no seio de comunidades de pertença, quer estes processos ocorram directamente, nas relações face a face, quer indirectamente e através de dispositivos de *mediação*, tais como a escrita, o telefone, a rádio, a televisão, as redes multimédia.[47]

Uma tal definição é tão geral que, pelo menos à primeira vista, parece poder aplicar-se a todo o campo das ciências da comunicação. Não é esse, no entanto, o caso; sê-lo-ia se o autor não tivesse aposto, ao termo "estudo", o termo "sistemático". Por outras palavras: o que há que enfatizar nesta definição de Teoria da Comunicação não é o *estudo* do conjunto dos fenómenos comunicacionais, em toda a sua multiplicidade e heterogeneidade – esse estudo constitui, de facto, o objectivo do conjunto das ciências da comunicação –, mas o carácter *sistemático* que um tal estudo deve possuir. Importa, por conseguinte, clarificar o conceito de "sistema" que aqui é introduzido.

De acordo com os dicionários da língua portuguesa, a palavra "sistema" vem do grego $\varsigma\gamma\varsigma\tau\eta\mu\alpha$ (*systema*), "conjunto", e possui dois significados gerais: i) "Reunião de partes ligadas entre si, formando uma estrutura complexa"; ii) "Conjunto de elementos da mesma espécie, reunidos de maneira a formar um todo intimamente relacionado".[48] Ora, se virmos bem, não é muito diverso do da linguagem corrente o sentido teórico-filosófico do termo sistema – que pode ser visto como complementando o primeiro com a procura da resposta à questão de saber como se constitui a "estrutura complexa" ou o "todo intimamente relacionado" referidos.

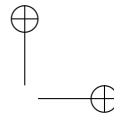
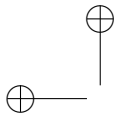
No domínio filosófico o termo "sistema" torna-se particularmente importante em Kant, que o utiliza mesmo para caracterizar a Filosofia

[47] Adriano Duarte Rodrigues, *Dicionário Breve da Informação e da Comunicação*, Lisboa, Presença, 2000, pp.121-2.

[48] *Dicionário de Língua Portuguesa*, Academia das Ciências, II Volume, Lisboa, Verbo, 2001, p. 3427.

num dos dois conceitos que acerca dela distingue, o "conceito escolástico". De acordo com Kant, "a unidade sistemática é o que converte o conhecimento vulgar em ciência, isto é, transforma um simples agregado desses conhecimentos [ou "rapsódia", como dirá adiante] em sistema", entendendo por este último "a unidade de conhecimentos diversos sob uma ideia. Esta é o conceito racional da forma de um todo, na medida em que nele se determinam *a priori*, tanto o âmbito do diverso como o lugar respectivo das partes".[49] Se é certo que a ciência que Kant aqui visa é a filosofia, podemos, no entanto, aplicar estes seus conceitos e asserções a qualquer conhecimento que se pretenda como científico. Fixemo-nos, portanto, no que aqui nos importa sublinhar: a unidade sistemática do conhecimento só é possível a partir de uma ideia ou conceito racional que determina o que há-de ser o todo e o lugar de cada uma das suas partes – e, sem tal unidade, o conhecimento não poderá ser senão um "agregado" ou uma "rapsódia" de conhecimentos que se vão amontoando uns ao lado dos outros, desconexos e sem relação entre si. É claro que – e Kant reconhece-o, implicitamente, noutros passos do texto citado – se pode colocar aqui o velho problema (ou "círculo") hermenêutico da relação entre o todo e as partes: como conceber o todo sem conhecer ainda todas as partes? E como determinar cada uma das partes e o seu lugar sem uma ideia segura do todo? Deste modo, a "ideia" ou "conceito racional" de que aqui nos fala Kant não pode deixar de ter – como, acontece aliás, noutros contextos – uma função heurística e reguladora.

Se virmos bem, a função de unificação que Kant atribui ao "sistema" é assegurada, na ciência contemporânea, pelo menos a um primeiro nível, pelas chamadas "teorias" – encontrando-se, num segundo nível, superior ao primeiro, os próprios paradigmas que as teorias incarnam. Como sublinha Carl G. Hempel no seu clássico sobre a filosofia da ciência natural, a unificação – ou, como também diz, em termos

[49] Immanuel Kant, *Crítica da Razão Pura*, "DoutrinaTranscendental do Método, Capítulo III, "A arquitectónica da razão pura", A 832 B 860, Lisboa, Gulbenkian, 1974, p. 657.

muito semelhantes aos de Kant, "uma interpretação sistematicamente unificada de fenómenos bem diversos" –[50] constitui, a par do poder explicativo, do rigor e da previsão, uma das características fundamentais de uma boa teoria científica. E, se é verdade que, para Kant, a unificação última dos fenómenos é "apenas" uma ideia reguladora – a ideia de Deus –, não é menos verdade que o percurso da ciência, desde os tempos de Galileu, foi sempre orientado pelo ideal da unificação de conjuntos cada vez mais vastos de fenómenos, aparentemente diversos, através de teorias cada vez mais englobantes desses fenómenos.

O "estudo sistemático" que Adriano Duarte Rodrigues aponta como específico da Teoria da Comunicação significa, por conseguinte, que a Teoria da Comunicação é, de entre as várias disciplinas que integram o campo das ciências da comunicação, aquela que tem como objectivo – *ideal* – produzir uma explicação unificada dos fenómenos da comunicação, por mais múltiplos e heterogéneos que eles sejam – respondendo, nomeadamente, a questões como as de saber o que é a "comunicação", quais os "elementos" e "processos" que ela envolve, quais as suas "formas" e "níveis", quais as suas "finalidades", e todos os demais aspectos do processo comunicacional. Em suma, *uma* Teoria da Comunicação, maiúscula e singular.

No entanto, o que a realidade científica mostra é que, mesmo nas ciências mais "duras", este processo de unificação é um processo inacabado – duvidando-se mesmo que ele venha, algum dia, a ter o seu termo. A razão para tal não reside, quanto a nós, numa qualquer "deficiência" ou "incapacidade" da investigação científica mas, pelo contrário, na sua própria eficiência e capacidade – que fazem com que, à medida que se refinam as teorias, bem como os métodos e instrumentos científicos, o campo dos fenómenos a investigar não pare de crescer, quer a montante quer a jusante, digamos assim, dos fenómenos anteriormente conhecidos. Os exemplos deste processo na ciência mais recente são por demais conhecidos para que insistamos neles. E

[50] Carl G. Hempel, *Filosofia da Ciência Natural*, Rio de Janeiro, Zahar, 1970, p. 98.

dadas quer a sua natureza multi-paradigmática quer a grande heterogeneidade dos fenómenos que estudam, o ideal de unificação é ainda mais impossível, passe a expressão, nas ciências da comunicação em geral e no domínio da Teoria da Comunicação em particular – um domínio em que, como referimos repetidamente, a multiplicidade e a diversidade parecem ser a única regra. Como situarmo-nos perante tal multiplicidade e tal diversidade? Não podemos, obviamente, escolher uma teoria da comunicação, um paradigma, um nível da comunicação em detrimento de todos os outros – procurando assegurar, para a disciplina, uma aparência de unidade e de consenso que ela, de facto, não tem. Resta-nos, por conseguinte, assumir que a disciplina de Teoria da Comunicação abrange, *de facto*, todas as teorias, todos os paradigmas e todos os níveis da comunicação – ou seja, que Teoria da Comunicação significa, *de facto*, ainda que não de direito, Teorias da Comunicação.

Mas uma tal abrangência revela-se, em termos práticos, como um verdadeiro quebra-cabeças – como o descobrem, logo à partida, todos os que se propõem organizar manuais, encontros científicos ou programas de ensino sobre a temática das "teorias da comunicação". O dilema que se enfrenta, em todas estas situações, é sempre o mesmo: ou reduzir as teorias, os paradigmas e os níveis da comunicação a uma série de conceitos gerais, aparentemente claros mas de facto estéreis em termos da sua clarificação dos fenómenos comunicacionais concretos; ou transformar essas teorias, paradigmas e níveis da comunicação num rol imenso de investigações, de dados e de conclusões rebeldes a qualquer intuito sistemático. Neste sentido, poderíamos perfeitamente aplicar à Teoria da Comunicação, *mutatis mutandis*, o que McQuail e Windahl dizem acerca dos "modelos da comunicação": "Quanto mais geral for o modelo, menos verdadeiro será para qualquer caso particular" –[51], o que pressupõe a recíproca de que quanto mais particular for o modelo, menos verdadeiro será para a generalidade dos casos. Impõe-se, por-

[51] Denis McQuail, Sven Windahl, "Models of communication", in Erik Barnow *et al.* (eds.), *International Encyclopedia of Communication*, Volume 3, Nova Iorque, Oxford University Press, 1989, p. 36.

tanto, em todas as situações referidas – nomeadamente no que se refere à elaboração de um programa de Teoria da Comunicação –, uma selecção criteriosa dos paradigmas, das teorias e dos níveis da comunicação a estudar. Mas em que critérios deverá basear-se uma tal "selecção criteriosa"? Sem querermos ser definitivos nesta matéria, apontaremos os seguintes: relevância terminológica; impacto trans- e interdisciplinar; poder heurístico; carácter abrangente.[52]

Correlacionadas com a questão da delimitação do lugar da disciplina de Teoria da Comunicação no seio das ciências da comunicação, há duas outras questões que não podem deixar de merecer o nosso interesse: a primeira, é a da relação entre a "teoria" e a "empiria" ou, se preferirmos, a investigação empírica concreta; a segunda, a da relação entre a "teoria" e a "prática" ou, se quisermos, o saber-fazer, a aplicação (profissionalizante) do conhecimento.

Quanto à primeira questão, diremos que quaisquer que sejam as teorias e os paradigmas que consideremos, a relação da Teoria da Comunicação com as investigações empíricas é sempre de uma dupla natureza: por um lado, a Teoria da Comunicação está *antes* dessas investigações, na medida em que fornece, de forma implícita ou explícita, o ponto de vista ou perspectiva que orienta tais investigações, definindo os seus objectivos, objectos e métodos concretos; por outro lado, ela está *depois* dessas investigações, na medida em que, com os seus resultados, tais investigações contribuem para reformular, de forma mais ou menos profunda – podendo ir mesmo até à rejeição da teoria de partida – o campo da Teoria da Comunicação. Para darmos apenas um exemplo concreto deste tipo de dialéctica, refira-se a investigação que Lazarsfeld, Berelson e Gaudet apresentaram em *The People's Choice* (1944) e que, procurando aprofundar a "teoria dos efeitos" ditos "directos" e "ilimitados", acabou por levar ao abandono desta teoria e à posterior formulação, por Katz e Lazarsfeld, em *Personal Influence* (1948), da teoria do *two-step flow*, que viria tornar-se o "paradigma dominante"

[52] Desenvolveremos este assunto adiante, quando nos referirmos ao programa concreto da disciplina.

nos estudos de comunicação, segundo Gitlin, ou um dos elementos essenciais desse paradigma, segundo McQuail. Uma das consequências fundamentais desta relação entre a Teoria da Comunicação e a investigação empírica é a de que a primeira não pode, de forma alguma, ser entendida como uma espécie de "fundamentação" última, racional e *a priori*, das ciências da comunicação – já que ela é, antes, um conjunto de teses sujeito a uma revisão permanente.

Quanto à segunda questão, a da relação entre a "teoria" e a "prática", ela é, sem dúvida, uma das mais discutidas no seio dos cursos de comunicação,[53] não só entre os estudantes como entre os docentes. A maior parte dos primeiros e uma parte significativa dos segundos – sobretudo os mais ligados aos cursos politécnicos – tendem a encarar os cursos de comunicação como cursos eminentemente profissionalizantes e, em consequência, a reivindicar que eles sejam o mais "práticos" – e o menos "teóricos" – possível. Assaca-se mesmo, ao (supostamente) excessivo cariz "teórico" dos cursos de comunicação, a sua dificuldade, quando não incapacidade, para preparar os alunos para o "mercado de trabalho". Para esta impressão sobre um (suposto) "excesso de teoria" contribuem em muito, obviamente, as disciplinas ditas "teóricas" dos referidos cursos, em que se inclui precisamente, a disciplina de Teoria da Comunicação – mas também disciplinas como a Epistemologia, a Semiótica, a Teoria da Linguagem, etc..

Diga-se, em primeiro lugar, que estes lamentos sobre o "excesso de teoria" não são de hoje e tendem, invariavelmente, a cair nos mesmos equívocos dos seus antepassados. Assim, e para não recuarmos demasiado no tempo, num século que se preocupou em fazer a reunião enciclopédica "das ciências, das artes e dos ofícios", escrevia Condorcet:

> Nós demonstraremos que as declamações contra a inutilidade das teorias, mesmo para as artes mais simples,

[53] Com esta expressão queremos significar não apenas os cursos de ciências da comunicação como a generalidade dos cursos da área da comunicação, ainda que com designações diferentes.

> nunca provaram senão a ignorância dos declamadores. Mostraremos que não é, de forma alguma, à profundidade dessas teorias mas, pelo contrário, à sua imperfeição, que é preciso atribuir a inutilidade ou os efeitos funestos de tantas aplicações infelizes.[54]

Já mais perto de nós afirmava Kurt Lewin, no mesmo sentido, que "Nada é tão prático como uma boa teoria".[55]

Aquilo a que Condorcet chama "aplicações" e Lewin chama "prático" identifica-se com aquilo a que Aristóteles chama "arte" ou saber produtivo (*technê*). Ora, se tivermos em conta a distinção de Aristóteles entre os diversos graus do saber, somos obrigados a concluir que a verdadeira oposição entre esses graus marca-se não na passagem da arte (da "prática") para a teoria, mas na da experiência para a arte. Como esclarece Aristóteles, aquilo que distingue a arte – e, *a fortiori*, a teoria – da experiência é o facto de que enquanto que a primeira é conhecimento do universal e das causas ou "porquê" das coisas, a segunda é conhecimento do individual e do "quê" das coisas. Se, colocada perante um facto p, por exemplo um sintoma patológico, que tem como causa uma doença q, a primeira está apta a elaborar inferências do tipo "se p, então *necessariamente* q", a segunda só pode limitar-se a inferências do tipo "se p, então *talvez* q". A diferença essencial entre a arte e a teoria reside, tão-só, no facto de que, enquanto que a primeira visa o útil, a satisfação das necessidades e dos prazeres, já a segunda visa o saber pelo saber, sem qualquer referência à utilidade. Deste modo, não só a arte não se opõe à teoria, como se pode mesmo afirmar, sem forçar o pensamento de Aristóteles, que se a arte é uma "teoria aplicada" (ao

[54] Condorcet, *Esquisse d'un Tableau Historique des Progrès de l'Esprit Humain*, "Neuvième Époque. Depuis Descartes jusqu'à la formation de la république française",Paris, Vrin, 1970 (or. 1793-1794), p. 186.

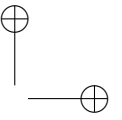
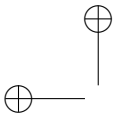
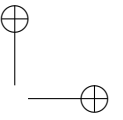
[55] "*Nothing is as practical as a good theory*". Kurt Lewin, apud Klaus Bruhn Jensen, "The social origins and uses of media and communication research", in Klaus Bruhn Jensen (ed.), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and quantitative methodologies*, Londres, Routledge, 2003, p. 274.

útil), a teoria é uma "arte inútil" (não útil). E, se é verdade que, na ordem do conhecimento (e da génese), a teoria não pode deixar de ser subsequente à prática, que está na origem da teoria, na ordem da acção (e da constituição), ela é-lhe anterior no sentido de que não pode haver uma boa prática sem uma boa teoria para a guiar. A não ser assim, todos os que agem, seja qual for o domínio e a modalidade da sua acção, estariam condenados a começar tudo de novo no que se refere a essa mesma acção.[56]

O equívoco em que caem os que, em nome da "prática", vituperam o excesso de "teoria" dos cursos de comunicação reside em falarem, de facto, não em nome da prática mas em nome daquilo a que Aristóteles chama "experiência" – um saber que se vai adquirindo no dia a dia, de forma espontânea, por tentativa e erro, no comércio com os outros e com as coisas – nomeadamente os "instrumentos" e as "tecnologias" ditos "da comunicação". Note-se, aliás, que mesmo a "prática" entendida desta forma equivocada acaba por envolver uma certa "teoria" – uma teoria ingénua e elementar que se confunde com o senso comum e que acaba por colocar o estudante de comunicação ao nível do mero "curioso", levando-o a incorrer nos mesmos erros em que incorrem todos os restantes "curiosos" das práticas e dos processos comunicacionais. Também já no século XVIII sublinhava Kant:

> Ninguém, portanto, pode passar por versado na prática de uma ciência e, no entanto, desprezar a teoria sem mostrar que é um ignorante no seu ramo: pois crê poder avançar mais do que lhe permite a teoria, mediante tacteios em tentativas e experiências, sem reunir certos princípios (que constituem propriamente o que se chama teoria) e sem formar para si, a propósito da sua ocupação, uma totalidade (que, quando tratada de um modo sistemático, se chama sistema).[57]

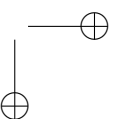
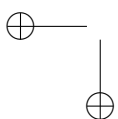
[56] Cf. Aristóteles, *Méthaphysique*, A, 1, 980 a 21 – 982 a, Tome 1, Paris, Vrin, 1991, pp. 1-6.

[57] Immanuel Kant, "Sobre a expressão corrente: isto pode ser correcto na teoria,

Esta (nossa) posição acerca da relação entre a teoria e prática, muito bem sintetizada na frase de Lewin acima citada – "Nada é tão prático como uma boa teoria" –, não pode confundir-se, obviamente, com a desvalorização da prática em relação à teoria e, muito menos, com uma qualquer defesa exclusivista da teoria. Na realidade, não deixa de haver algo de verdade nos lamentos dos estudantes de comunicação contra o "excesso de teoria" – mas esse algo tem a ver não com questões de natureza epistemológica mas com questões de natureza pedagógica e didáctica. Se bem que o tratamento destas últimas questões esteja reservado para outra parte deste Relatório, não deixaremos de adiantar desde já que o problema do "excesso de teoria" de que os estudantes se lamentam reside não tanto na natureza (dita) "teórica" ou "prática" das disciplinas como na forma como elas são leccionadas. De facto, é tão possível uma disciplina dita "prática" ser leccionada de maneira eminentemente "teórica" – livresca, magistral, expositiva –[58], como, pelo contrário, uma disciplina dita "teórica" ser leccionada de forma "prática" – fazendo apelo à elaboração de trabalhos pelo aluno, ao estudo independente, à participação activa nas aulas, etc.

mas nada vale na prática", in *A Paz Perpétua e outros Opúsculos*, Lisboa, Edições 70, 1988, p.58.

[58] Refira-se, a propósito, o caso anedótico – que, como qualquer caso anedótico, vale o que vale – de uma aluna estrangeira, do Programa Sócrates/Erasmus, que nos confessava ter "aprendido" Jornalismo Radiofónico, no seu país de origem, sem nunca ter entrado num estúdio de rádio ou ter pegado num gravador ou num microfone.

Parte II

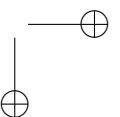
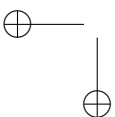
Teoria da Comunicação

Capítulo 3

A comunicação como problema

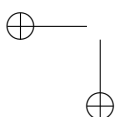
3.1 O século XX e a emergência da "questão comunicacional"

Naquela que é, seguramente, uma das primeiras obras publicadas em Portugal, por um autor português, sobre a temática da comunicação – que qualifica de "social" – afirma-se, logo no início, que "o século XX ficará na história como o século da Comunicação Social."[1] Este século contrasta, assim, com os séculos anteriores, nomeadamente com o século XIX, dominado pela "questão social" – uma questão trazida pelo capitalismo industrial e materializada em realidades como as crises industriais, os conflitos laborais, as greves, o luddismo, as longas jornadas de trabalho, o trabalho infantil, a aglomeração dos operários e das suas famílias nos tugúrios citadinos, etc.

Que o século XX seja o da comunicação social explica-se, desde logo, pelo facto, de que, e para utilizarmos as distinções de McLuhan, depois de séculos em que vigoraram a "aldeia tribal", dominada pela oralidade, e a "galáxia Gutenberg", dominada pela escrita e sobretudo

[1] Adriano Duarte Rodrigues, *A Comunicação Social. Noção, história, linguagem*, Lisboa, Vega, s/d, p. 17.

pela imprensa (livros, jornais), surge a "galáxia Marconi", dominada pelos meios electrónicos como o telefone, o cinema, a rádio e a televisão e, mais recentemente, a Internet, que não só introduzem novas modalidades de comunicação como potenciam a níveis extremos a "comunicação de massas" surgida com os jornais dos finais dos século XIX. A importância desses novos meios e do conjunto dos meios de comunicação social na sociedade emergente é de tal ordem que se pode afirmar que "em poucas dezenas de anos, o nosso ecossistema cultural se transformou mais do que nos três séculos precedentes.[2] De facto, a "galáxia Marconi" apresenta, relativamente às suas antecessoras, características distintivas essenciais como as seguintes: a *massificação*, entendendo por tal não um qualquer processo de homogeneização e uniformização dos receptores mas a capacidade de chegar, potencialmente, a toda a gente; a *mundialização*, ilustrada pela metáfora da "aldeia global"; a *acessibilidade*, uma vez que torna possível, a todos, "cultos" e "incultos", acompanhar os acontecimentos e as "novidades"; a *instantaneidade*, que surge pela primeira vez com o telégrafo e a sua capacidade de transmissão da informação (quase) em tempo real.

Mas o factor tecnológico não é, obviamente, nem o único factor nem, muito menos, o único factor "determinante" da importância e do papel que a comunicação assumiu no século XX. Haverá que juntar, a esse, factores como os seguintes: o factor económico, traduzido no incremento da actividade produtiva e, talvez mais importante do que isso, na substituição de um paradigma baseado na produção por um paradigma baseado no consumo de bens e serviços que são, ao mesmo tempo, cada vez mais bens e serviços "comunicacionais", culturais e informacionais, produzidos e disseminados por grandes corporações, muitas vezes de carácter transnacional; o factor político, centrado na afirmação da democracia como um regime político em que o poder se alcança e se exerce não através da violência mas através da palavra e da comunicação em geral; o próprio factor demográfico – e só hoje pa-

[2] Rodrigues, *ibidem*, p. 18. O autor refere-se, mais especificamente, às alterações verificadas na primeira metade do século XX.

recemos estar a descobrir o verdadeiro peso deste factor na vida das sociedades –, no sentido em que o aumento exponencial da população vai levar a que o capitalismo industrial, incapaz de prover a todos com bens materiais e, assim, gerar mais-valias, se transforme em capitalismo informacional.

3.2 Breve história dos estudos de comunicação[3]

Se tomarmos como ponto de referência o programa de investigação resumido na célebre fórmula de Lasswell, de 1948, "Quem, diz o quê, por que canal, a quem, com que efeito?",[4] podemos, com todas as reservas que uma tal operação implica, dividir a história dos modernos estudos de comunicação em três períodos fundamentais (as designações são nossas):

1. Origens dos estudos de comunicação (de meados do século XIX até aos anos 20 do século XX): O início deste período poderá, segundo Kurt Lang, situar-se já em meados do século XIX, quando estudiosos como Comte, Durkheim, Tarde, Le Bon, Simmel ou Weber procuram estudar o conjunto de transformações trazidas pela Revolução Industrial – e em que avultam as transformações ocorridas a nível das formas de comunicação, pessoal e mediatizada.[5] Nesse grupo de estudiosos Weber merece, sem dúvida, uma menção especial, na medida em que propõe, no I Congresso de Sociólogos, que teve lugar em Frankfurt,

[3]Retomamos, aqui, aspectos já desenvolvidos noutro ponto deste Relatório e com outros objectivos.

[4] Cf. Harold Lasswell, "Estrutura e função da comunicação na sociedade", in Adriano Duarte Rodrigues, Eduarda Dionísio, Helena G. Neves (orgs.), *Comunicação Social e Jornalismo*, Volume 1 - *O Fabrico da Actualidade*, Lisboa, A Regra do Jogo, 1981, pp.147-154.

[5] Cf. por exemplo Kurt Lang, "Communications Research: origins and development", in Erik Barnow *et al.* (eds.), *International Encyclopaedia of Communication*, Nova Iorque, Oxford, Oxford University Press, vol. 1, 1989, p. 369.

em 1910, a constituição de uma "sociologia da imprensa" que pode ser vista como a percursora da futura "sociologia da comunicação".[6] Ainda que preferindo ressaltar a relação entre teoria da comunicação "em sentido amplo" – correspondendo àquilo a que nós temos vindo a chamar "estudos de comunicação" – e *media*, Denis McQuail chega a uma conclusão mais ou menos semelhante, ao afirmar que aquela (teoria da comunicação) "tem mais ou menos a mesma idade que o seu objecto de estudo, os *media* nas suas formas modernas de imprensa de massa, rádio, filme e televisão, reflectindo a estreita interdependência entre a teoria social e a realidade social material."[7] Já Elihu Katz prefere situar os inícios dos "cem anos de pesquisa em comunicação" no ensaio "L'opinion et la conversation" de Gabriel Tarde, publicado originalmente em 1898 na *Revue de Paris* e inserto depois, em 1901, como capítulo da obra *L'Opinion et la Foule*.[8] No entanto, considera-se geralmente que – pelo menos em termos académicos e institucionais –, o momento inaugural dos "estudos de comunicação" se situa na criação em Leipzig, em 1916, pelo economista político Karl Bücher, do primeiro Instituto para o Estudo dos Jornais (*Institut für Zeitungskunde*). Seguindo a criação desse Instituto, em 1926 eram já nove as universidades alemãs, das vinte e três então existentes, em que funcionava a área de Ciência dos Jornais (*Zeitungswissenschaft*): Berlim, Frankfurt, Freiburg, Hamburgo, Heidelberg, Colónia, Leipzig, Munique e Münster. No final dos anos 20, o termo *Publizistik* surge para abarcar o conjunto dos estudos de comunicação, referentes não só ao jornal mas também aos meios então emergentes como o rádio e o cinema. A seguir à II Guerra Mundial, e após o comprometimento das ciências

[6] Cf. Max Weber, "Towards a sociology of the press", *Journal of Communication*, n^o 26-3, Philadelphia, 1976.

[7] Denis McQuail, "The future of communication theory", in José A. Bragança de Miranda, Joel Frederico da Silveira (orgs.), *As Ciências da Comunicação na Viragem do Século*, Actas do I Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Lisboa, Vega, 2002, p. 57.

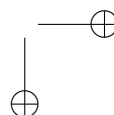
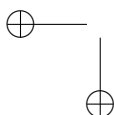
[8] Cf. Elihu Katz, "One hundred years of communication research", in José A. Bragança de Miranda, Joel Frederico da Silveira (orgs.), *ibidem*, p. 21.

da comunicação com o regime de Hitler, foi sob o título de *Publizistik* que se deu a refundação dos estudos em comunicação na Alemanha – ainda que, na actualidade, o termo *Publizistik*, se bem que usado mais ou menos como sinónimo do termo *Kommunikationswissenschaften* (Ciências da Comunicação), tenda a ser preterido em relação a este e ao termo *Medienwissenschaften* (Ciências dos *Media*).[9] Apesar destas origens europeias – mais propriamente alemãs – dos "estudos de comunicação", a afirmação destes só viria a dar-se, no pós-II Guerra Mundial, nos Estados Unidos.[10] O anterior não significa, no entanto, que antes da II Guerra Mundial, não houvesse já nos Estados Unidos investigações relativas à comunicação mediatizada. Assim, e para darmos apenas três exemplos: a partir de 1910, os autores da chamada Escola de Chicago, e nomeadamente Robert Park – antigo jornalista, que foi aluno de Georg Simmel e introduziu as teorias de Gabriel Tarde nos Estados Unidos – investigam a natureza dos jornais e o seu papel na integração dos imigrantes na vida dos EUA; nos anos 20, o Payne Fund promove um estudo em larga escala, cujo relatório foi publicado em 1933, intentando determinar os efeitos das comunicações de massa, nomeadamente dos *cartoons*, sobre as crianças; em 1927 é publicada aquela que podemos considerar como "a primeira peça do dispositivo conceptual da corrente da *Mass Commmunication Research*": a obra *Propaganda Techniques in the World War*, de Harold Lasswell.[11]

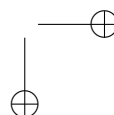
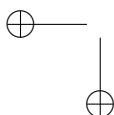
2. Afirmação e consolidação do "paradigma dominante" (até inícios dos anos 60 do século XX): Este período, cujo início podemos situar na obra *Propaganda Techniques in the World War*, publicada por Harold Lasswell em 1927, é dominado pela problemática do estudo dos "efeitos" dos *media* sobre os receptores e, o que é uma variante da mesma questão, do "conteúdo" das mensagens desses mesmos *media*

[9] Sobre estes desenvolvimentos parafraseamos aqui António Fidalgo, *Publizistik ou as Ciências da Comunicação na Alemanha*, 1998, www.boccc.ubi.pt.

[10] Cf. Denis McQuail, Sven Windahl, *Modelos de Comunicação para o Estudo da Comunicação de Massas*, Lisboa, Editorial Notícias, 2003, pp. 14-15.

[11] Armand e Michèle Mattelart, *História das Teorias da Comunicação*, Porto, Campo das Letras, 1997, p. 31.

– tarefas que correspondem, na terminologia de Lasswell, à "análise dos efeitos" (*effect analyis*) e "análise do conteúdo"(*content analysis*). Apesar desta caracterização geral, podemos considerar pelos menos dois sub-períodos neste período. O primeiro sub-período, que vai até aos finais dos anos 30, é dominado pela "teoria hipodérmica" ou dos efeitos directos e ilimitados, assente numa concepção behaviorista do comportamento do indivíduo em termos de estímulo-resposta e da sociedade como "massa"; a comunicação é, por sua vez – e como o indica o próprio título da obra supracitada de Lasswell –, vista essencialmente como um processo de propaganda que visa levar os indivíduos a responderem de forma mais ou menos dócil, uniforme e homogénea aos estímulos que lhes são fornecidos pelos *media*. O segundo sub-período, que vai dos anos 40 aos inícios dos anos 60,[12] simultaneamente de continuidade e ruptura com o primeiro, corresponde à sociologia funcionalista do pós-II Guerra Mundial, podendo considerar-se como o seu momento mais decisivo a fundação do *Bureau of Applied Social Research* em 1941, na Universidade de Colúmbia, por Paul Lazarsfeld – que fora já, desde 1938, responsável pelo *Princeton Radio Project*. Os estudos de comunicação propostos por esta sociologia viriam a ter o seu programa decisivo na fórmula de Lasswell atrás citada e a sua consagração definitiva na formulação, pelo próprio Lazarsfeld e por Elihu Katz, na obra *Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*, publicada em 1948, da hipótese do *two-step flow of communication*, que defende a influência selectiva dos *media* (a hipótese fora já sugerida na conclusão de *The People's Choice*, publicada por Lazarsfeld, Berelson e Gaudet em 1944). Constitui-se assim aquilo a que, e com razões bem fundadas, Todd Gitlin chama o "paradigma dominante" nos estudos de comunicação.[13]

[12] Seguimos, para esta periodização, a indicação de Elihu Katz, "La investigación en la comunicación desde Lazarsfeld", in Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros, *El Nuevo Espacio Público*, Barcelona, Gedisa, 1998, p. 85.

[13] Cf. Todd Gitlin, "Sociologia dos meios de comunicação social", in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade. Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*, Lisboa, Livros Horizonte, 2002.

Mas este segundo sub-período dos estudos de comunicação, ainda que dominado por ela, não se limita à sociologia funcionalista dos *media*. Em estreita ligação com esta, há que referir pelo menos a psicologia dos grupos de Kurt Lewin e a Teoria Matemática da Comunicação de Shannon e Weaver. Quanto à primeira, é indiscutível que a teoria do *two-step flow* se liga de forma tão estreita aos trabalhos de Lewin sobre a "dinâmica de grupos", os tipos de liderança no seio dos grupos e o papel do *gatekeeper* que se pode mesmo afirmar que, tal como a psicologia behaviorista era um pressuposto indispensável da "teoria hipodérmica", a psicologia de Lewin é um pressuposto indispensável da teoria do *two-step flow*. Quanto à Teoria Matemática da Comunicação de Shannon e Weaver ela é, como refere McQuail, um elemento teórico essencial na definição e consolidação do "paradigma dominante".[14] Ainda em relação com a sociologia funcionalista, mas em clara oposição com ela, temos de mencionar a Teoria Crítica de Adorno e Horkheimer – que contesta a visão "administrativa", empiricista e politica e economicamente alinhada daquela sociologia. Também numa relação de oposição, mas desta vez com a Teoria Matemática da Comunicação, há que referir a Cibernética de Norbert Wiener – que contesta a linearidade e a inspiração tecnológica do modelo daquela teoria. A Cibernética de Wiener vai ter também uma importância particular na medida em que, sobretudo através de Gregory Bateson, vai exercer uma influência fundamental nos autores da "Nova Comunicação" da Escola de Palo Alto – uma "Escola" que, tendo os seus inícios ainda nos anos 40, apenas nos anos 80 vê reconhecida, de forma plena, toda a importância dos seus trabalhos. Pelo seu espírito e pelas suas repercussões ao longo das décadas, ainda que não pela sua cronologia, a Teoria Crítica, a Cibernética e a "Nova Comunicação" justificariam, de facto, a sua inclusão já no período seguinte.

[14] Cf. Denis McQuail, *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa, Gulbenkian, 2003, p. 48. De modo análogo, John Fiske refere que "a obra de Shannon e Weaver, *Mathematical Theory of Communication* (...) é largamente aceite como uma das principais fontes de onde nasceram os Estudos de comunicação". John Fiske, *Introdução ao Estudo da Comunicação,* Porto, Asa, 2002, p. 19.

3. Contestação e desconstrução do "paradigma dominante" (até finais dos anos 80):[15] Praticamente desde os momentos iniciais da afirmação e consolidação do "paradigma dominante", as suas principais teses e pressupostos foram sendo postos em causa por correntes e teorias, seja contemporâneas seja posteriores, pressupondo paradigmas alternativos. Limitar-nos-emos, aqui, a indicar algumas das principais dessas correntes e teorias e alguns dos seus principais "fundadores": a "teoria crítica" da Escola de Frankfurt, nomeadamente Theodor Adorno e Max Horkheimer; a "teoria dos *media*" da Escola de Toronto, nomeadamente Harold Innis e Marshall McLuhan; os "estudos culturais" (*cultural studies*) da Escola de Birmingham, nomeadamente Richard Hoggartt, Raymond Williams e Stuart Hall; a semiótica, estruturalista ou não, nomeadamente Roland Barthes e Umberto Eco; o chamado "estruturalismo", nomeadamente Michel Foucault; a "crítica da cultura" de autores como Kenneth Burke e Alan Bloom; a "estética da influência e da recepção" de Hans Robert Jauss e Wolfgang Iser; a fenomenologia e a hermenêutica, nomeadamente Martin Heiddeger, Hans-Georg Gadamer e Paul Ricoeur; o marxismo, nomeadamente Louis Althusser, Hans Magnus Henzensberger e Henri Lefèbre; a "teoria dos actos de fala" de John Austin e John Searle; a "pragmática conversacional" de autores como Oswald Ducrot e Paul Grice; a antropologia "interpretativa" de Clifford Geertz; etc. Dentro do campo da própria sociologia, teorias como a dos "usos e gratificações", de Elihu Katz e J. Blumer ("trânsfugas" do campo funcionalista), a fenomenologia social de Alfred Schutz, o interaccionismo simbólico de George Herbert Mead e Herbert Blumer, a "sociologia das interacções" de Erving Goffman, a etnometodologia de Harold Garfinkel, a "nova comunicação" dos autores da escola de Palo Alto, a começar por Gregory Bateson, a pró-

[15] Afastamo-nos aqui, ligeiramente, da periodização proposta por John Hartley: "Os desafios aos pressupostos do modelo dos efeitos começaram nos anos de 1970, com investigadores como Umberto Eco (1972) e Stuart Hall (...)." John Hartley, "Efeitos", in *Comunicação, Estudos Culturais e Media*, Lisboa, Quimera, 2004, p. 97. Acresce que, a Eco e a Hall, e antes deles, haverá que juntar toda uma série de autores e obras mencionados no nosso texto.

pria “teoria dos sistemas sociais” de Niklas Luhmann, bem como autores como Edgar Morin, Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard e Anthony Giddens, para além de muitas outras teorias e autores, representaram também contributos importantes para o pôr em questão do “paradigma dominante”.

4. Pluralismo paradigmático, teórico e metodológico (dos finais dos anos 80 do século XX até hoje): Muito por consequência do trabalho de contestação e de desconstrução do “paradigma dominante”, referido no ponto anterior, a situação actual caracteriza-se por aquilo que designaremos de pluralismo paradigmático, teórico e metodológico – para indicar que o campo das ciências da comunicação se caracteriza por uma multiplicidade de paradigmas, teorias e metodologias (incluindo a maior parte dos referidos no ponto anterior) mas, ainda, e talvez mais importante do que isso, por uma pluralidade disciplinar em que se incluem ciências matemáticas, físicas, sociais, humanas e as próprias “humanidades”. Apesar – e através – desta pluralidade é possível, no entanto, detectar algumas tendências fundamentais: a ênfase na recepção em detrimento da produção, na interacção em detrimento da transmissão; uma atenção especial aos aspectos económicos, políticos, sociais e culturais dos fenómenos da comunicação; uma preferência pela observação e análise de aspectos concretos e pontuais em detrimento da teorização genérica e especulativa; a tentativa de conjugação da componente empírica e da componente reflexiva e teórica, ultrapassando assim quer o empiricismo quer o teoricismo.

3.3 As duas grandes noções de comunicação[16]

De acordo com Raymond Williams, a palavra comunicação surgiu em língua inglesa no século XV como “nome de acção”, derivada do latim *communicare*, que significa “tornar comum a muitos, partilhar”; pelos

[16] Também aqui retomamos aspectos já desenvolvidos noutro ponto deste Relatório e com outros objectivos.

fins do mesmo século, passa a designar também o objecto que é tornado comum, "uma comunicação". A partir dos finais do século XVII, a palavra estende o seu campo semântico aos *meios* e *vias de comunicação* como estradas, canais e caminhos-de-ferro, etc., confundindo-se a comunicação, de informações e ideias, com o transporte, de coisas e pessoas. Já no século XX, sobretudo a partir dos anos 20 e primeiro nos EUA, a palavra comunicação passa a designar predominantemente os *media* como a imprensa ou a rádio, distinguindo-se, assim, de forma clara entre a indústria da comunicação propriamente dita e a indústria de transportes. Como sublinha ainda Williams, já enquanto *nome de acção* a palavra comunicação envolve um sentido duplo: ela pode ser (e é) interpretada seja como transmissão, "um processo de sentido único", seja como partilha, "um processo comum ou mútuo".[17]

Ao juntar, num mesmo campo semântico, a ideia de partilha e de comunhão, por um lado, e a de transmissão, por outro, a linguagem comum não só antecipa como acaba por fundar a linguagem dos (futuros) estudiosos e teóricos da comunicação. Assim, em artigo publicado em 1975, James Carey afirma que podemos distinguir duas grandes "visões" da comunicação: i) como "transmissão" (*transmission view of communication*) – que, diz, "é a mais comum na nossa cultura" e "é definida com termos como fornecer, enviar, transmitir ou dar informação a outros. É formada a partir de uma metáfora de geografia ou transporte. (...) O centro desta ideia de comunicação é a transmissão de sinais ou mensagens à distância com a finalidade de controlo";[18] ii) como "ritual" (*ritual view of communication*) – de acordo com a qual "a comunicação está associada a termos como partilha, participação, associação, camaradagem e a posse de uma fé comum. (...) Uma visão

[17] Cf. Raymond Williams, *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*, Londres, Fontana Press, 1988, pp. 72-73.

[18] James W. Carey, "A cultural approach to communication", in Denis McQuail, *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, Londres, Sage Publications, 2002, p. 38. O texto, publicado originalmente em *Communication*, nº 2, 1975, pp. 1-22, foi retomado em James W. Carey, *Communication as Culture*, Boston, MA, Unwin Hyman, 1989.

ritual da comunicação está orientada não para a extensão das mensagens no espaço, mas sim para a manutenção da sociedade no tempo; não para o acto de fornecer informação, mas sim para a representação de crenças partilhadas".[19] Como observa McQuail, ao discutir ambos os modelos – a que junta o "publicitário" e o "de recepção" –, o modelo transmissivo tem mais a ver com as ciências sociais, em particular a sociologia, e o ritual ou "culturalista" tem mais a ver com as humanidades, nomeadamente a literatura, a linguística e a filosofia.[20]

De forma análoga à de Carey, e ainda que utilizando uma terminologia algo diferente, John Fiske defende que "há duas escolas principais no estudo da comunicação": i) A processual, que concebe a comunicação como "transmissão de mensagens" através da qual se procura produzir um determinado "efeito" sobre os receptores, se centra nas questões da eficácia e da exactidão da comunicação e se relaciona sobretudo com as ciências sociais, nomeadamente a sociologia e a psicologia; ii) A semiótica, que concebe a comunicação como "produção e troca de significados" resultante da interacção das pessoas com as mensagens ou textos, e se centra nas questões relativas às diferenças culturais entre "emissores" e "receptores" e relaciona sobretudo com disciplinas como a linguística e do domínio das artes.[21] E se, na sequência de Gerbner, Fiske propõe a definição de comunicação como "interacção social através de mensagens", não deixa de observar que ambas as "escolas" interpretam de forma diferente quer o conceito de "interacção social" quer o conceito de "mensagem". Assim, mais concretamente: i) Conceito de "interacção social" – para a escola processual, ela é "o processo pelo qual uma pessoa se relaciona com outras ou afecta o

[19] Carey, *ibidem*, p. 39.

[20] Cf. Denis McQuail, *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa, Gulbenkian, 2003, p. 94.

[21] Cf. John Fiske, *Introdução ao Estudo da Comunicação*, Porto, Asa, 2002, pp. 14-16. Para uma visão de conjunto de muitas das teorias da "escola semiótica" – uma visão que começa, significativamente, com as teorias do signo de Saussure e Peirce –, cf. Paul Cobley (*Ed.*), *The Communication Theory Reader*, Londres, Routledge, 1996.

comportamento, estado de espírito ou reacção emocional de outra e, é claro, vice-versa"; para a escola semiótica, ela é "aquilo que constitui o indivíduo como membro de uma cultura ou sociedade determinadas"; ii) Conceito de "mensagem": para a escola processual, é "o que é transmitido pelo processo de comunicação", de modo necessariamente intencional, segundo alguns, mesmo de modo não intencional, segundo outros; para a escola semiótica, é "uma construção de signos que, pela interacção com os receptores, produzem significados".[22]

No que se refere à relação entre ambos os paradigmas – "ideias" ou "escolas" – da comunicação, nem Carey nem Fiske defendem que eles sejam incompatíveis. No entanto, enquanto que para Fiske eles podem, simultaneamente, complementar-se um ao outro em certos pontos e entrar em conflito noutros,[23] já para Carey a comunicação como transmissão acaba por subsumir-se na comunicação como ritual, que necessariamente (a primeira) pressupõe para que possa efectuar-se – pelo que se poderá definir a comunicação, nos seu conjunto, como "o verdadeiro processo social mediante o qual as formas simbólicas significantes são criadas, apreendidas e usadas"[24] ou, ainda, "um processo simbólico mediante o qual a realidade é criada, partilhada, modificada e preservada".[25]

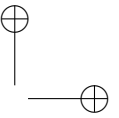
[22] Cf. Fiske, *ibidem*, pp.15-6.
[23] Cf. Fiske, *ibidem*, p. 16.
[24] James W. Carey, "A cultural approach to communication", in Denis McQuail, *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, Londres, Sage Publications, 2002, p. 42.
[25] Carey, *ibidem*, p. 44.

3.4 A sociedade actual como "sociedade da comunicação" – sentido e problematização do conceito

Tornou-se corrente, hoje em dia, afirmar-se que vivemos numa "sociedade da comunicação". Tal não significa, obviamente, que a "comunicação" não fosse uma realidade – e mesmo um problema – relevante nas sociedades anteriores à nossa. A questão que se coloca é, por conseguinte, a de saber o que é que distingue a nossa sociedade das anteriores e justifica, assim, a qualificação de "sociedade da comunicação".

O conceito de "sociedade da comunicação" pode ser – e tem vindo a ser – delimitado a partir das seguintes componentes fundamentais: a tecnológica, a ideológica, a política, a económica e a cultural. De forma breve, cada uma dessas componentes pode ser apresentada como segue:

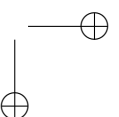
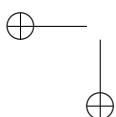
i) Componente tecnológica: tendo como ponto de partida a visão de McLuhan acerca da evolução das sociedades, podemos dizer que a "sociedade da comunicação" representa o estádio final da "galáxia Marconi", que pode ser caracterizado a partir de três aspectos fundamentais: a automatização da comunicação, possibilitada pelos meios electrónicos como o cinema, a rádio, a televisão e o próprio computador; a mundialização da comunicação, possibilitada pelas redes de telecomunicaçõese que dá sentido concreto à "tribo planetária" ou "aldeia global" de McLuhan; o papel cada vez mais central da imagem na comunicação visando, em última análise, a "transparência" total e a "tele-presença".

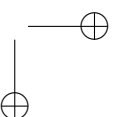
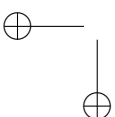
ii) Componente ideológica: é a partir dos finais da II Guerra Mundial que se começa a falar em "sociedade da comunicação", muito por responsabilidade da "utopia da comunicação" que surge, nos EUA, ligada à Cibernética de Norbert Wiener. Para este autor só a "comunicação" – que entende como livre circulação de informação – permitirá contrariar a desordem e a entropia que ameaçam as sociedades humanas e a sua organização auto-regulada.

iii) Componente política: numa sociedade democrática, a comunicação tem um papel essencial no que se refere à tomada de decisões e sua avaliação, à resolução pacífica de conflitos, à escolha de programas e governos.

iv) Componente económica: a "sociedade da comunicação" é uma sociedade eminentemente "pós-industrial", em que os bens materiais vão perdendo importância em detrimento dos bens relativos à "informação" e à "cultura" – isto é, aos bens que podem ser objecto de "comunicação" (livros, jornais, filmes, cds, etc.).

v) Componente cultural: a cultura da "sociedade da comunicação" é uma cultura caracterizada pela dialéctica – união de contrários – entre o global e o local que só é possível através das redes transnacionais de comunicação, que trazem o primeiro até ao segundo e tornam o segundo visível no seio do primeiro.

Dadas todas estas componentes, não admira que um autor como Bernard Miège fale numa sociedade "conquistada pela comunicação" e em que, quer individual quer colectivamente, nos encontramos submetidos a uma verdadeira "obrigação de comunicação".[26] No entanto, e ao contrário de certas versões mais ou menos utópicas da mesma, a "sociedade da comunicação" não pode ser vista como uma sociedade em que, repentinamente, imperam a cooperação sobre o conflito, o consenso sobre a dissensão, a compreensão mútua sobre a incompreensão. De facto, se é verdade que na "sociedade da comunicação", em todas as componentes atrás referidas, se torna mais fácil o primeiro dos termos, também se torna mais fácil o segundo; ao que acresce que o primeiro nem sempre é, necessariamente, um bem maior que o segundo. Assim, e para darmos apenas um exemplo de algo que hoje se tornou corrente, quanto mais cooperativa, consensual e compreensiva for a comunicação no seio de um grupo de terroristas, maior será a sua facilidade para levarem a cabo um atentado mortífero – neste caso seria, portanto, preferível que entre o grupo de terroristas reinassem um conflito, uma dis-

[26] Cf. Bernard Miège, *La Société Conquise par la Communication*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1989, p. 211 *et passim*.

sensão e uma incompreensão tais que o impedissem de planear e levar a cabo o atentado. Reciprocamente, e para darmos outro exemplo de uma situação corrente, quanto maiores forem o conflito, a dissensão e a incompreensão entre os elementos de um grupo de trabalho que pretende arranjar uma solução óptima para levar a cabo uma certa tarefa – e desde que, obviamente, o conflito, a dissensão e a incompreensão não cheguem a um limite tal que acabem por fazer implodir o grupo –, maiores serão as possibilidade de encontrar tal solução e, assim, levar a tarefa a bom porto. Ou seja, e em resumo: a "sociedade da comunicação", sendo uma sociedade em que as pessoas comunicam "mais", de forma alguma pode ser vista como uma sociedade em que as pessoas comunicam "melhor"; ela é, tão-somente, um tipo de sociedade (relativamente) diferente de outros tipos de sociedades que a antecederam ou dela ainda são contemporâneas. A nossa perspectiva sobre a "sociedade da comunicação" arrisca-se, assim, a aproximar-se muito do diagnóstico que, há mais de três décadas, fazia Adriano Duarte Rodrigues quando afirmava que "nunca se falou tanto de comunicação como desde a Última Guerra; talvez nunca a comunicação tenha ocupado tão pouca importância na reorganização das sociedades."[27]

[27] Adriano Duarte Rodrigues, "A propósito da comunicação", in *Filosofia e Epistemologia*, *II*, Lisboa, A Regra do Jogo, 1979, p. 141.

Capítulo 4

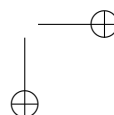
Caracterização genérica do fenómeno comunicacional

4.1 A complexidade da comunicação e a multiplicidade das suas descrições

Como sublinha David Berlo logo no início do seu clássico sobre o "processo da comunicação", "as pessoas podem comunicar-se em muitos níveis, por muitas razões, com muitas pessoas, de muitas formas".[1] Ora, o que haverá de comum a todas essas situações de comunicação em número quase infinito? O que é a comunicação?

Se quisermos responder a estas questões de uma forma que procure ir além da forma sumária e genérica que é própria das grandes "noções" ou "paradigmas" da comunicação, é possível recorrermos a determinados "modelos" da comunicação – isto é, descrições que "simplificam a realidade, seleccionam elementos chave, e indicam relações" mas que, por isso mesmo, "podem omitir aspectos importantes".[2] Os primei-

[1] David K. Berlo, *O Processo da Comunicação. Introdução à Teoria e à Prática*, S. Paulo, Martins Fontes, 1991, p. 13.

[2] Cf. Denis McQuail, Sven Windahl, "Models of communication", in Erik Barnow *et al.* (eds.), *International Encyclopedia of Communication*, Volume 3, Nova

ros modelos da comunicação aparecem em finais dos anos 40 e princípios dos anos 50, associados à Teoria Matemática da Comunicação, formulada originalmente por Claude Shannon em 1948, no ensaio "A Mathematical Theory of Communication", e à Cibernética de Norbert Wiener que publica, também em 1948, a obra *Cybernetics: or Control and Communication in the Animal and the Machine*. Em virtude dessa associação, tais modelos tendem a considerar, como constituintes da comunicação, elementos como os seguintes: emissor, codificação, mensagem, canal e/ou meio, receptor, relação, descodificação, referentes, efeitos reais ou prováveis, pretendidos ou não e, eventualmente, um *feedback* do receptor para o emissor.

Um desses modelos, quiçá o mais conhecido, é o formulado por Harold Lasswell em 1948, para descrever os estudos dos *mass media*, e que se deixa resumir na fórmula já citada "Quem, diz o quê, por que canal, a quem, com que efeitos?" – que patenteia claramente que o autor elege, como principais elementos da comunicação, o comunicador (emissor), o conteúdo (da mensagem), o canal, a audiência (o receptor) e os efeitos (sobre os receptores). Outro desses modelos, formulado por Roman Jakobson nos anos 60, procura descrever a comunicação verbal a partir de seis elementos essenciais, a cada um dos quais corresponde uma determinada função: o destinador (função expressiva ou emotiva), o destinatário (função apelativa), a mensagem (função poética), o código (função metalinguística), o contexto (função referencial) e o contacto (função fática).[3]

Posteriormente, e a partir – da crítica – destes modelos iniciais, foram sendo construídos muitos outros modelos, cada vez mais com-

Iorque, Oxford University Press, 1989, p. 36. Para uma visão mais aprofundada desta temática cf., dos mesmos autores, *Modelos de Comunicação para o Estudo da Comunicação de Massas*, Lisboa, Editorial Notícias, 2003.

[3] Cf. Roman Jakobson, "Factores e funções do processo linguístico ou do acto de comunicação", in Adriano Duarte Rodrigues, Eduarda Dionísio, Helena G. Neves (orgs.), *Comunicação Social e Jornalismo*, Volume 1, *O Fabrico da Actualidade*, Lisboa, A Regra do Jogo, 1981, pp. 61-66 (Trad. de *Essais de Linguistique Générale*, Volume 1, Paris, Les Éditions de Minuit, 1970, pp. 213-221).

plexos e refinados, tentando dar conta da multiplicidade das variáveis envolvidas na comunicação.[4] No entanto, por muito grande que fosse a sua complexidade e refinamento, todos esses modelos tenderam a aceitar, como nuclear, a trilogia emissor-receptor-mensagem – repetindo, assim, muitos séculos depois, o modelo da Retórica de Aristóteles, de acordo com a qual as "provas de persuasão" residem seja "no carácter moral do *orador* [*ethos*]", seja "no modo como se dispõe o *ouvinte* [*pathos*]", seja, finalmente, "no próprio *discurso*, pelo que este demonstra ou parece demonstrar [*logos*]".[5] Mas esta trilogia revela-se, claramente, um modelo demasiado geral para cobrir os múltiplos meios e formas de comunicação. Encontramo-nos, deste modo, confrontados com o dilema enunciado, de forma implícita, pela afirmação de McQuail e Windahl de que "quanto mais geral for o modelo, menos verdadeiro será para qualquer caso particular"[6] – que implica, obviamente, que quanto mais particular for o modelo menos verdadeiro será para a generalidade dos fenómenos da comunicação. Assim, e para voltarmos aos modelos de Jakobson e Lasswell, o que estes descrevem, de facto, é não a comunicação em geral – a "comunicação" – mas dois tipos específicos de comunicação: a verbal e interpessoal, no caso do primeiro, a dos meios de comunicação de massa, no caso do segundo; ora, há entre ambos os tipos de comunicação diferenças que se revelam essenciais: enquanto no primeiro caso temos uma comunicação interpessoal, presencial, de um-para-um (ou alguns) e (geralmente) bi-

[4] Como é óbvio, há um limite a partir do qual os modelos se tornam tão complexos e refinados que se tornam impraticáveis e, assim, perfeitamente inúteis; um momento em que, como diria Borges, se dá a (quase) coincidência entre o mapa e o território.

[5] Cf. Aristóteles, *Retórica*, 1356a, Lisboa, Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 1998, p.49. Esta similitude entre os diversos modelos da comunicação e o de Aristóteles é também enfatizada em David K. Berlo, *O Processo da Comunicação. Introdução à Teoria e à Prática*, S. Paulo, Martins Fontes, 1991, p. 38.

[6] Denis McQuail, Sven Windahl, "Models of communication", in Erik Barnow *et al.* (eds.), *International Encyclopedia of Communication*, Volume 3, Nova Iorque, Oxford University Press, 1989, p. 36.

direccional, no segundo caso temos uma comunicação mediatizada, à distância, de um-para-muitos e (geralmente) unidireccional.

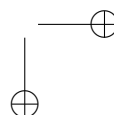
Nesta dificuldade ou mesmo impossibilidade de aplicação de um mesmo modelo da comunicação a diferentes tipos de fenómenos comunicacionais reside, quanto a nós, a razão principal pela qual – e como o demonstra de forma clara a história ainda breve dos modelos de comunicação – a emergência de um novo meio e/ou uma nova forma de comunicação obriga, quase sempre, à criação de modelos novos ou, pelo menos, à reformulação mais ou menos profunda dos existentes. Mas esta dificuldade ou mesmo impossibilidade acaba por revelar, também, que a comunicação é um fenómeno demasiado complexo, demasiado multifacetado para que um único modelo ou teoria possa dar dele uma descrição satisfatória e cabal.

4.2 Classificação dos tipos de comunicação

Da dificuldade ou mesmo impossibilidade de um único modelo – ou teoria, ou mesmo paradigma – da comunicação descrever a totalidade dos fenómenos comunicacionais não se pode, contudo, concluir pela inutilidade desses mesmos modelos; de facto, os modelos continuam a ser-nos úteis enquanto dispositivos teóricos (potencialmente) dotados de uma função organizadora, heurística e preditiva[7] que permite conferir uma certa ordem à multiplicidade e heterogeneidade dos fenómenos comunicacionais.

De qualquer modo, e sem fazer apelo a um ou outro modelo especial, é corrente classificar os fenómenos comunicacionais a partir de oposições como as seguintes: i) *quanto ao tempo*: comunicação directa ou síncrona *versus* comunicação diferida ou assíncrona; ii) *quanto ao número*: comunicação interpessoal *versus* comunicação de massa, tal como caracterizadas nos modelos de Jakobson e Lasswell, respectiva-

[7] Cf. Denis McQuail, Sven Windahl, *Modelos de Comunicação para o Estudo da Comunicação de Massas,* Lisboa, Editorial Notícias, 2003, pp. 10-11.

mente; iii) *quanto ao espaço*: comunicação presencial, face a face *versus* comunicação mediatizada, à distância; iv) *quanto ao código*: comunicação verbal, que recorre aos signos linguísticos *versus* comunicação não verbal, em que se utilizam signos como gestos, movimentos, espaços, tempos, desenhos, sons, etc.. Aplicando estas classificações a uma situação como uma conversa telefónica, podemos dizer que estamos perante uma comunicação directa, interpessoal, mediatizada e verbal. Há, para além desta, mais ou menos corrente, várias outras classificações dos fenómenos comunicacionais – de que aqui referiremos apenas duas, as de John Thompson e Denis McQuail.

John Thompson – que parte de conceitos e distinções de Erving Goffman, os quais procura aplicar ao estudo dos *media* e que, consequentemente, vê a comunicação como uma forma de interacção – distingue três tipos de interacção: a interacção face a face (uma conversa), a interacção mediada tecnicamente (o telefone) e a quase-interacção mediada tecnicamente (a televisão, os *mass media* em geral).[8]

Quanto a Denis McQuail, ele distingue os seguintes "níveis do processo de comunicação", a que correspondem fenómenos como os exemplificados pelo próprio McQuail: nível intrapessoal – reflexão; interpessoal – díade ou casal; intergrupal ou associação – comunidade local; institucional ou organizacional – sistema político ou empresa; alargado a toda a sociedade – comunicação de massas.[9]

Note-se, no entanto, que estas – e outras – classificações devem ser tomadas apenas a título indicativo, como tipos-ideais – já que quase sempre uma situação concreta de comunicação envolve, simultaneamente, entrecruzando-se, vários dos tipos de comunicações referenciados nessas classificações. Assim, e para darmos apenas um exemplo concreto, vejo televisão em família, conversando ao mesmo tempo so-

[8] Cf. John B. Thompson, *Ideologia e Cultura Moderna*, Petrópolis, Vozes, 1998, p. 285-311.

[9] Denis McQuail, *Teoría da Comunicação de Massas*, Lisboa, Gulbenkina, 2003, p. 10.

bre o programa televisivo que está a passar, atendendo a chamada de um amigo no meu telemóvel, e assim sucessivamente.

4.3 Comunicação e meios de comunicação – a Escola de Toronto

Mais ou menos na mesma época em que, na sociologia da comunicação americana se afirmava o "paradigma dominante", funcionalista e centrado na problemática dos "efeitos" das mensagens mediáticas, emergia, no Canadá, a chamada Escola de Toronto que, tendo em Harold Innis e Marshall McLuhan dois dos seus principais representantes, desloca o centro de interesse dos estudos de comunicação das mensagens dos *media* – dos seus "conteúdos" e "efeitos" – para os *media* propriamente ditos.

Naquela que é geralmente considerada como a sua obra mais emblemática, *The Bias of Communication*, de 1951, Harold A. Innis deixa perfeitamente clara a sua perspectiva quando afirma:

> Um meio de comunicação tem uma importante influência na disseminação do conhecimento através do espaço e do tempo e torna-se necessário estudar as suas características em ordem a avaliar a sua influência no seu contexto cultural. De acordo com as suas características, esse meio pode ser mais adequado à disseminação do conhecimento através do tempo do que através do espaço, particularmente se o meio é pesado e durável e não adequado ao transporte; ou, ao invés, à disseminação do conhecimento através do espaço em vez do tempo, particularmente se o meio é leve e facilmente transportável. A ênfase relativa no tempo ou no espaço implicará uma orientação significativa da cultura no qual se encontra embebido.[10]

[10] Harold A. Innis, "The bias of communication", in *The Bias of Communication*, Toronto, University of Toronto Press, 1999, p. 33.

O que está em causa para Innis é, por conseguinte, não o meio de comunicação enquanto "meio" – mera conduta ou canal de mensagens ou conteúdos indutores de determinados "efeitos" –, mas enquanto *milieu*, forma ou estrutura configuradora do conjunto da cultura de uma determinada sociedade. E, de forma consequente, admite-se também a hipótese de que, para uma determinada sociedade, "as vantagens de um novo meio" se tornem tais que possam conduzir à "emergência de uma nova civilização".[11] Concretizando a sua tese, Innis dá o exemplo da imprensa, que marca uma re-orientação da cultura ocidental do tempo e da duração para o espaço e a expansão (territorial):

> Depois da introdução do papel e da imprensa, o monopólio religioso foi seguido pelos monopólios dos vernáculos nos estados modernos. Um monopólio do tempo foi seguido por um monopólio do espaço.[12]

Mas a imprensa é mais do que um exemplo – é um marco. Com efeito, ela inaugura um processo que, aprofundado mais tarde com a fotografia, representa o "monopólio" da visão na cultura ocidental e, com este, a ênfase no individualismo e na instabilidade:

> A comunicação baseada na visão em termos de imprensa e fotografia tinha desenvolvido um monopólio que ameaçava destruir a civilização Ocidental primeiro na guerra e depois na paz. Este monopólio enfatizou o individualismo e, por sua vez, a instabilidade, criando ilusões em palavras fortes como democracia, liberdade de imprensa e liberdade de discurso.[13]

[11] Innis, "The bias of communication", *ibidem*, p. 34.

[12] Innis, "A plea for time", *ibidem*, p. 64. Ainda sobre a imprensa, cf. também pp. 76-77.

[13] Innis, "A plea for time", *ibidem*, pp. 80-81.

Foi precisamente a necessidade de contrariar este "efeito desastroso do monopólio da comunicação baseada na visão" que "apressou o desenvolvimento de um tipo de comunicação competitiva baseada no ouvido, na rádio e na ligação de som ao cinema e à televisão", e em relação à qual "o material impresso perdeu efectividade".[14] Mas a rádio e o cinema não deixaram de acentuar, com a sua procura do entretenimento e do divertimento, a importância do efémero e do superficial que já se tinha revelado como uma das influências fundamentais da mecanização na "indústria da impressão", e que compele esta a chegar a cada vez mais destinatários.[15]

E, tal como para Simmel, também para Innis a cultura moderna tem a sua "tragédia" – residindo a sua origem na destruição de "um sentido do tempo" provocada pelas "invenções no comercialismo":

> A cultura diz respeito à capacidade de o indivíduo avaliar os problemas em termos de espaço e de tempo e de dar os passos correctos no tempo certo. Foi neste ponto que a tragédia da cultura surgiu, à medida que as invenções no comercialismo destruíram um sentido do tempo.[16]

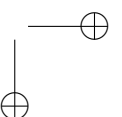
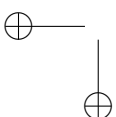
Não é difícil ver que – e como – as teses de Innis que acabámos de apresentar antecipam e preparam o essencial da concepção acerca dos *media* e da cultura que virá a ser a de Marshall McLuhan. Essa concepção pode ser resumida em três afirmações fundamentais, todas elas desenvolvidas na sua obra *Understanding Media. The Extensions of Man*, de 1964.

A primeira – e primária – dessas afirmações, patente logo no próprio título da obra mencionada, é a de que os *media*[17] são "extensões do

[14] Innis, "A plea for time", *ibidem*, p. 81.

[15] Cf. Innis, "A plea for time", *ibidem*, p. 82.

[16] Innis, "A plea for time", *ibidem,* pp. 85-86.

[17] Como se sabe, McLuhan dá a este termo um sentido tão amplo que ele inclui não só os *media* propriamente ditos – os meios de comunicação – como os meios tecnológicos em geral.

homem". Significa isto que os *media*, longe de serem meros "meios" ou "instrumentos" de que o homem se serve, nomeadamente para "comunicar" uma "mensagem", são uma espécie de prolongamento do homem sobre o que o rodeia. E, ao prolongar o corpo humano, os sentidos, os membros, o próprio sistema nervoso de uma certa maneira, cada meio acaba por configurar a "realidade" também de uma certa maneira, sendo assim, por si só e independentemente do seu "conteúdo" – que, aliás, e como observa McLhuan, é sempre um outro "meio" –, uma certa forma de conhecimento da realidade. Por conseguinte, dizermos que as tecnologias são "extensões" do homem equivale a dizermos que elas são "traduções", maneiras de traduzirmos um modo de conhecimento num outro, uma forma de experiência em novas formas; desta maneira, por exemplo, a "mecanização" não é senão "uma tradução da natureza, e das nossas próprias naturezas, em formas ampliadas e especializadas"[18] Mas se os meios são, como dizíamos, uma espécie de prolongamento do homem sobre o que o rodeia, eles também são, inevitavelmente – embora este aspecto não costume ser tão enfatizado – um prolongamento do que rodeia o homem sobre si próprio. Com efeito, contemplar, usar ou perceber qualquer extensão tecnológica de nós próprios é "abraçá-la". Ouvir o rádio ou ler o jornal é aceitar estas extensões de nós próprios no nosso sistema pessoal, e suportar os efeitos que em nós provocam automaticamente; é relacionarmo-nos com elas como seus servomecanismos: "Um Índio é o servomecanismo da sua canoa, tal como o *cow-boy* o é do seu cavalo ou o executivo do seu relógio."[19] Apesar de todos os meios ou tecnologias serem "extensões do homem", só com a tecnologia eléctrica, que permite a extensão do seu sistema nervoso central, transferindo as funções de conhecimento consciente e ordem para o mundo físico, o homem se dá plenamente conta de que os *media* são extensões de si próprio, do seu corpo físico; parece que tal consciência não poderia ter surgido antes de que

[18] Marshall McLuhan, *Understanding Media. The Extensions of Man*, Londres, Nova Iorque, Ark Paperbacks, 1987, p. 56.

[19] McLuhan, *ibidem*, p. 46.

a tecnologia eléctrica nos desse a possibilidade de um conhecimento instantâneo e total.[20]

A segunda afirmação de McLuhan que aqui pretendemos destacar é a de que "o meio é a mensagem" (*the medium is the message*). Sobre esta sua tese diz McLuhan em *Understanding Media* que ela equivale a "dizer que as consequências pessoais e sociais de qualquer *medium* (...) resultam da nova escala que é introduzida na nossa circunstância por cada extensão de nós próprios, ou seja, por qualquer nova tecnologia".[21] Para ilustrar esta sua tese, McLuhan dá o exemplo da automação, da electricidade, do caminho-de-ferro, do avião: todos eles são meios ou tecnologias que, independentemente da sua utilização – do seu "conteúdo" ou "mensagem" –, alteraram profundamente a sociedade e o indivíduo humano, de formas muitas vezes imprevisíveis para os seus criadores. O caso da electricidade é particularmente importante para McLuhan, na medida em que ela é "informação pura", "meio sem mensagem" e, apesar disso, revolucionou toda a nossa existência, levando, nomeadamente, à eliminação das barreiras do tempo e do espaço. A sua importância é tal que McLuhan fala, repetidas vezes ao longo da sua obra, do nosso tempo como "idade da electricidade" (*electric age*). Aqueles que estão preocupados com o "conteúdo" do meio e com os seus "efeitos", e não com o próprio meio, fazem lembrar o médico que se preocupa com a "doença", mas esquecendo o doente. Aliás, McLuhan faz notar que o conteúdo de um meio é sempre outro meio: o conteúdo do cinema é a fotografia, o da novela é a escrita, etc. O essencial não é, portanto, o conteúdo do meio, mas o meio em si próprio. Para além disso, os efeitos dos *media* não ocorrem ao nível intelectual, das opiniões e dos conceitos, mas ao nível mais primário dos sentidos, dos modos de sentir e percepcionar.[22]

A terceira e última das afirmações de McLuhan que aqui nos interessa, e que perpassa não só o conjunto de *Understanding Media* como

[20] Cf. McLuhan, *ibidem*, 47.
[21] McLuhan, *ibidem*, p. 7.
[22] McLuhan, *ibidem*, p. 18.

o conjunto das várias obras do autor canadiano, é a que diz que os *media* são uma espécie de "motor da história", que toda a história pode ser vista como uma evolução dos meios de comunicação – uma tese em virtude da qual McLuhan é visto, habitualmente, como um "determinista tecnológico". A humanidade passará, de acordo com esta concepção, por três fases fundamentais: a "sociedade tribal", dominada pela voz e em que a comunicação envolve todos os sentidos; a "galáxia Gutenberg", dominada pela escrita e, sobretudo pela imprensa, e em que a comunicação privilegia o olhar; e a "galáxia Marconi", dominada pelos *media* electrónicos, e em que a comunicação volta a envolver todos os sentidos, configurando uma verdadeira "aldeia global" ou "tribo planetária". No início da introdução de *Understanding Media*, McLuhan faz o contraste entre o nosso tempo – a "idade da electricidade" – e a época que o precedeu em termos de "explosão" versus "implosão": depois de três milénios de explosão, provocada pelos meios mecânicos e fragmentários, o Mundo Ocidental está, há mais de um século, a implodir por efeito da tecnologia eléctrica. Esta permite a extensão do nosso sistema nervoso central, abolindo espaço e tempo, aproximando-nos da fase final da extensão do homem: a simulação tecnológica da consciência.[23] Ao contrair-se electricamente, "o globo não é mais do que uma aldeia";[24] a velocidade é a da luz.[25] No contexto das tecnologias eléctricas, os computadores representarão, segundo McLuhan, um passo decisivo: "Tendo estendido ou traduzido o nosso sistema nervoso central na tecnologia electromagnética, a transferência da nossa consciência para o computador não é senão um estádio mais."[26] Então, ao ter a possibilidade de "programar a consciência", nós poderemos escapar ao "entorpecimento" dos outros *media*. Ao traduzirmos todas as nossas vidas "na forma espiritual da informação", o globo tornar-se-á como que uma imensa consciência única.

[23] McLuhan, *ibidem*, pp. 3-4.
[24] McLuhan, *ibidem*, p. 5.
[25] McLuhan, *ibidem*, p. 58.
[26] McLuhan, *ibidem*, p. 60.

4.4 Comunicação e incomunicação – a "improbabilidade da comunicação" (Luhmann)

A generalidade das teorias da comunicação – muitas das quais se limitam, aliás, a entender a comunicação como a transmissão de uma mensagem de um emissor a um receptor – dá a comunicação como um facto garantido e não problemático. Ora, um dos aspectos mais originais da visão de Niklas Luhmann consiste em, pelo contrário, afirmar que a comunicação é uma realidade não só problemática como "improvável" – o que não deixa de ser paradoxal se considerarmos, como o faz o próprio Luhmann logo no início do ensaio em que se refere, especificamente, à "improbabilidade da comunicação", que "sem comunicação não existem relações humanas nem vida propriamente dita".[27]

Ao considerar a comunicação como "improvável", Luhmann situa-se a si próprio na segunda das "duas correntes teóricas de signo diferente, a partir das quais é possível elaborar uma teoria científica da comunicação"[28]. A primeira dessas correntes, que radica em Bacon e Galileu e na sua visão optimista da ciência, defende a tese da "melhoria progressiva das condições de vida da humanidade"; a segunda, que radica em Hobbes e Kant, parte da "tese da improbabilidade", seja da política (Hobbes) seja do conhecimento científico (Kant), procurando responder à questão seguinte: "como é possível estabelecer uma ordem que transforme o impossível em possível e o improvável em provável?"[29] Só a resposta a esta questão tornará possível, segundo Luhmann, "abarcar, em forma devida, o conjunto de circunstâncias sobre as quais assenta toda a sociedade".[30]

[27] Niklas Luhmann, "A improbabilidade da comunicação", in *A Improbabilidade da Comunicação*, Lisboa, Vega, 1992, p. 39.

[28] Luhmann, *ibidem*, p. 39.

[29] Lumann, *ibidem*, p. 40.

[30] Lumnan, *ibidem*, p. 41.

A "improbabilidade da comunicação" situa-a Luhmann a três níveis fundamentais:[31]

i) A nível da compreensão entre os interlocutores: o solipsismo intrínseco a cada um dos sujeitos torna inultrapassável uma certa incomunicabilidade da experiência pessoal, de tal modo que aquele que comunica nunca pode ter a garantia de que aquele a quem comunica compreendeu o que é comunicado – situando-se, assim, a comunicação entre os extremos do que sendo comum, não é pessoal, e do que sendo pessoal, não é comum.

ii) A nível da recepção das mensagens pelos receptores: numa situação, que hoje é a mais corrente, em que emissores e receptores não partilham um contexto de co-presença, os primeiros não têm qualquer garantia de que os segundos prestarão atenção às suas mensagens ou que, fazendo-o – e dada a diversidade dos contextos de emissão/recepção –, a recepção das mensagens não se afastará, em maior ou menor grau, do "sentido" visado pelos emissores.

iii) A nível dos resultados pretendidos pelo emissor: mesmo que o receptor compreenda a mensagem do emissor, lhe preste atenção e lhe atribua o "sentido correcto", nunca pode haver garantia de que aquele adopte a informação que lhe é comunicada como premissa do seu comportamento futuro.

Estes três níveis da "improbabilidade da comunicação" correspondem não só a outros tantos obstáculos à comunicação mas também a verdadeiros "factores de dissuasão" que podem, em última análise, levar os potenciais comunicadores a desistirem de comunicar. Luhmann demarca-se, assim, da tese de Paul Watzlawick acerca da comunicação generalizada, expressa na máxima de que "não é possível não comunicar". Esta, como observa Luhmann, "só é aplicável nos sistemas de interacção em que os indivíduos se encontram presentes e, mesmo em tal caso, só é válida para aquilo que não se comunica".[32] Quanto à primeira parte desta afirmação – a de que a máxima só é aplicável em

[31] Cf., para o que se segue, Luhmann, *ibidem*, pp. 41-3.
[32] Lumann, *ibidem*, p. 43.

contextos de co-presença –, ela percebe-se na medida em que só nesses contextos a percepção mútua se transforma, de forma automática, em comunicação. Este processo é descrito por Luhmann, noutra das suas obras, da seguinte forma:

> Se *alter* percebe que é percebido e que a sua percepção de ser percebido é percebida, tem que partir do pressuposto de que o seu comportamento é interpretado como um comportamento correctamente adaptado. O facto de que lhe convenha ou não é também percebido como comunicação, o que o obriga, quase inevitavelmente, a controlar o seu comportamento como comunicação. Inclusivamente, a comunicação de não querer comunicar continua a ser uma comunicação. Em geral precisa-se de uma autorização institucional para, em presença de outros, alguém se ocupar apressadamente das unhas, assomar pela janela ou esconder-se atrás do jornal. Podemos afirmar que, praticamente, nos sistemas de interacção *é impossível não comunicar*; se se quer evitar a comunicação, há que escolher a ausência.[33]

Quanto à segunda parte da afirmação – a de que a máxima só é válida para aquilo que não se comunica –, o que ela significa é que, mesmo num contexto de co-presença, a partir do momento em que alguém comunica, essa comunicação se encontra, desde logo, sujeita às três modalidades da "improbabilidade da comunicação" atrás descritas, não tendo qualquer garantia de ser compreendida, despertar a atenção do interlocutor ou ter efeitos sobre o seu comportamento.

A questão da "improbabilidade da comunicação" é tanto mais crucial quanto, como afirma Luhmann, "sem comunicação não podem formar-se sistemas sociais",[34] podendo ver-se a própria evolução sócio-

[33] Niklas Luhmann, *Sistemas Sociales. Lineamientos para una teoría general*, Barcelona, Anthropos, 1998, p.370.

[34] Niklas Luhmann, "A improbabilidade da comunicação", in *A Improbabilidade da Comunicação*, Lisboa, Vega, 1992,pp. 43-44

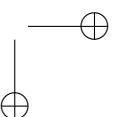
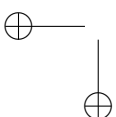
cultural como um processo de solução das improbabilidades mediante uma selecção. Mas solução das improbabilidades não significa fim das improbabilidades. De facto, e porque as "três formas de impossibilidade mencionadas se reforçam reciprocamente",[35] a solução da improbabilidade a um dos níveis acaba por reduzir as possibilidades de solução das improbabilidades nos outros níveis. Como exemplifica Luhmann:

> Quando uma comunicação foi correctamente entendida dispõe-se de maior número de motivos para a rejeitar. Se a comunicação transborda o círculo dos presentes a sua compreensão torna-se mais difícil e é mais fácil, por sua vez, que se produza a rejeição.[36]

O que isto significa é que as teorias que vêem na comunicação a condição para o progresso do "entendimento entre os homens" não têm motivo para tal visão optimista, na medida em que qualquer solução de um problema num ponto de um sistema social cria problemas noutro ponto do sistema, e não só no domínio da comunicação – pense-se, por exemplo, no aumento da esperança média de vida e na falência dos sistemas de segurança social.

Compreende-se assim que, em obra publicada já há mais de três décadas sobre a temática específica da "incomunicação", Carlos Castilla del Pino descreva "o paradoxo com que se nos apresenta a nossa situação actual" nos termos que se seguem:

> [. . .] a nossa compreensão do fenómeno da comunicação, e a própria existência de meios de comunicação inimagináveis há alguns anos, ocorrem paralelamente, mas em proporção inversa, com a incomunicação fáctica que se verifica entre um e outro homem.[37]

[35] Luhmann, *ibidem*, p. 44.
[36] Luhmann, *ibidem*, p. 44.
[37] Carlos Castilla del Pino, *La Incomunicación*, Madrid, Ediciones Península, 1970, pp. 10-11.

Um dos fenómenos em que tal paradoxo se revela de forma mais evidente é, como faz notar o mesmo autor, a importância que a psicoterapia, enquanto forma de restabelecer uma (capacidade de) comunicação perturbada, assumiu nas nossas sociedades.[38] O que acaba também por revelar mais uma vez, ainda que pela negativa, toda a importância que a comunicação atingiu na nossa sociedade – de facto, só numa sociedade dita "da comunicação" se pode conceber que a incapacidade de comunicação se torne uma doença ou mesmo, e a acreditarmos na tese dos autores da "Nova Comunicação", a doença por excelência.

No entanto, por mais que se procure contrariar a "doença" da incomunicação, por mais que se procure promover a comunicação, o facto de haver – e não poder deixar de haver – uma "improbabilidade da comunicação" implica reconhecer que as sociedades são constituídas tanto pela comunicação como pela incomunicação, pelo menos parcial; que, por outras palavras, nunca há uma comunicação "perfeita", que toda a comunicação envolve, simultaneamente, incomunicação. Como diz Raymond Boudon, "a vida social implica, em geral, o *quid pro quo* e a incomunicação, salvo se se supuser que todos podem ter os mesmos *a priori* sobre todos os temas".[39] Ora, admitir esta última suposição seria admitir uma sociedade composta por sujeitos perfeitamente homogéneos e uniformes, sem diferenças entre si – e que, assim sendo, nada teriam para "comunicar" entre si. A comunicabilidade total anularia, irremediavelmente, a própria comunicação.

[38] Cf. Pino, *ibidem*, pp. 45, 133.

[39] Raymond Boudon, "Pequeña sociología de la incomunicación", in Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros, *El Nuevo Espacio Público*, Barcelona, Gedisa, 1998, pp. 71-2.

Capítulo 5

A Teoria Matemática da Comunicação

5.1 A crítica de Shannon ao conceito tradicional de informação

Como refere John Fiske, "a obra de Shannon e Weaver, *Mathematical Theory of Communication* (...) é largamente aceite como uma das principais fontes de onde nasceram os Estudos de comunicação".[1] De facto, e como já assinalámos noutros pontos deste texto, o modelo de Shannon e de Weaver constituiu a base dos diversos modelos que foram surgindo depois dele, e isso tanto no que se refere aos elementos que consideram no processo da comunicação – emissor, receptor, mensagem, canal, código, codificação, descodificação, etc. – quanto à forma linear e transmissiva como, em geral, entendem a comunicação.

Uma das razões principais de tal influência reside, indubitavelmente, no facto de o trabalho de Claude Shannon[2] marcar uma viragem deci-

[1] John Fiske, *Introdução ao Estudo da Comunicação*, Porto, Asa, 2002, p.19.

[2] Referimo-nos, especificamente, ao ensaio "A Mathematical Theory of Communication", publicado originalmente em *The Bell System Technical Journal*, Vol. 27, p. 379-423, 623-656, Julho, Outubro, 1948 e retomado, com o título "The Mathematical

siva na forma de entender o conceito de informação. Até esse trabalho a informação era geralmente entendida – numa linha que, remontando ao *Peri Hermeneias* aristotélico e à sua teorização da linguagem apofântica ou declarativa, atinge o seu apogeu com o Wittgenstein do *Tractatus* e o positivismo lógico – em termos do "conteúdo" ou do "sentido" de uma proposição ou de um discurso, individualmente considerados, sendo esse "conteúdo" ou "sentido" identificado com o "facto" ou "estado de coisas" que denota; assim, à proposição x corresponde o sentido x' que corresponde ao facto x", à proposição y corresponde o sentido y' que corresponde ao facto y", e assim sucessivamente.[3] Este postulado da objectividade e da universalidade de um "sentido" e de uma informação a que, pelo menos idealmente, todos os sujeitos e grupos poderiam aceder, coloca pelo menos dois problemas: i) A impossibilidade de explicar a real variação do "sentido" da informação de sujeito para sujeito e de grupo para grupo; ii) A redução tendencial da informação à informação verbal, levando a fazer esquecer todos os outros tipos de informação.

Para a tomada de consciência dos problemas decorrentes desta noção tradicional de informação terá contribuído certamente, como observa Roszak, o envolvimento de Shannon como criptógrafo na II Guerra Mundial. Com efeito, para o leigo ou para aquele que não conhece o código de uma mensagem secreta, esta aparecerá como destituída de "sentido" e, como tal, "não informativa"; mas, para o criptógrafo, ela pode conter informação, e informação sumamente importante – ou não teria sido enviada. O "sentido" da informação – o que determina que algo seja ou não informação para um determinado sujeito ou grupo de sujeitos – está, assim, totalmente dependente do conhecimento do código por parte do sujeito ou grupo de sujeitos, o que nada muda à ob-

Theory of Communication" em Claude E. Shannon, Warren Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, de 1949. Repare-se no pormenor, muito significativo, da troca do "a" – *uma*, entre várias possíveis – do ensaio de 1948 para o "*the*" – a, a única – do livro de 1949.

[3] Cf. Theodor Roszak, *The Cult of Information*, Cambridge, Lutterworth Press, 1986, pp. 11 ss.

jectividade intrínseca da mensagem.[4] Por outras palavras, e utilizando uma distinção que, a propósito de um outro problema, Kant pôs em circulação, a informação nunca é um "em si", mas sempre um "para mim" – significando este "para mim" não o homem em geral, como era o caso em Kant, mas o grupo restrito dos que conhecem a "chave" da mensagem.

5.2 A informação como medida da "liberdade de escolha" da mensagem e os três níveis da comunicação

No intento de formular uma teoria simples, geral e objectiva da informação – aplicável a todas as situações e a todas as espécies de informação, como cartas escritas, notas musicais, palavras faladas, música sinfónica, pintura, etc. –, Shannon é obrigado a romper com a concepção tradicional, dissociando claramente a questão da informação da questão do sentido. Segundo a conhecida formulação deste matemático,

> [...] o problema fundamental da comunicação é o de reproduzir num ponto, de forma exacta ou aproximada, uma mensagem seleccionada num outro ponto. Frequentemente as mensagens têm sentido, quer dizer, referem-se a ou relacionam-se com, de acordo com um sistema qualquer, determinadas entidades físicas ou conceptuais. Estes aspectos semânticos da comunicação são irrelevantes para o problema da engenharia. O aspecto significativo é que a mensagem presente é uma seleccionada de entre um conjunto de mensagens possíveis.[5]

[4] Roszak *ibidem*, p. 12.

[5] Claude E. Shannon, "The Mathematical Theory of Communication", in Claude

Informação não é, portanto, o mesmo que sentido; como exemplifica Weaver, "duas mensagens, uma das quais se encontra densamente carregada de sentido e a outra das quais é puro absurdo, podem ser exactamente equivalentes, de acordo com o presente ponto de vista, no que respeita à informação". Será precisamente nesse sentido que terá de ser interpretada a afirmação de Shannon de que "os aspectos semânticos da comunicação são irrelevantes para os aspectos de engenharia".[6]

Como esclarece ainda Weaver, na Teoria Matemática da Comunicação "a informação é uma medida da nossa liberdade de escolha quando seleccionamos uma mensagem". Segue-se, daqui, que o conceito de informação se aplica não às "mensagens individuais" mas antes "à situação como um todo, indicando a unidade de informação que nesta situação temos uma quantidade de liberdade de escolha, na selecção de uma mensagem, que é conveniente olhar como um padrão ou uma unidade de quantidade."[7] A quantidade de informação é representada pelo logaritmo do número de escolhas disponíveis; quando o número de escolhas é 2, como $\log_2 2=1$, temos a unidade de informação ou *bit*; analogamente, se o número de escolhas disponíveis é 4, como $\log_2 4=2$, temos dois *bits;* e assim sucessivamente.

Do facto de os aspectos semânticos serem irrelevantes para os aspectos de engenharia não se segue, no entanto, que os segundos sejam irrelevantes para os primeiros.[8] Com efeito, apesar de se colocar explicitamente no nível A ou técnico dos problemas da comunicação – e, excluindo, à partida, os problemas do nível B ou semântico e do nível C ou da eficácia –, a Teoria Matemática da Comunicação não deixa de ter efeitos nestes dois últimos níveis, já que, como observa Weaver, parte da significação desta teoria "provém do facto de que os níveis B e C, acima, apenas podem fazer uso das precisões de sinal que se tornam

E. Shannon, Warren Weaver, *The Mathematical Theory of Commmunication*, Chicago, University of Illinois Press, 1963, p. 31.

[6] Warren Weaver, "Recent contributions to the mathematical theory of communication", in Claude E. Shannon, Warren Weaver, *ibidem*, p. 8.

[7] Weaver, *ibidem*, p. 9.

[8] Weaver, *ibidem*, p. 8.

possíveis quando analisadas ao nível A. Assim, qualquer limitação descoberta na teoria no nível A necessariamente se aplica aos níveis B e C. (...) Deste modo, a teoria do nível A é, pelo menos num grau significativo, também uma teoria dos níveis B e C"[9] – pelo que a separação dos três níveis "é realmente artificial e indesejável".[10] Aliás, e ainda segundo Weaver, a passagem do nível A aos outros níveis, e nomeadamente ao nível B, será apenas uma questão de "adições menores" – no caso, a adição de um "receptor semântico" entre o receptor tecnológico e o destino humano, do esquema da comunicação apresentado por Shannon, com a finalidade de "equiparar a características semânticas estatísticas da mensagem às capacidades semânticas estatísticas da totalidade dos receptores, ou daquele subconjunto de receptores que constituem a audiência que queremos afectar".[11]

5.3 Informação, redundância e entropia

É certo que, como Weaver reconhece, o conceito de informação desenvolvido na Teoria Matemática da Comunicação parece "desapontador e bizarro": "desapontador porque nada tem a ver com sentido. E bizarro porque tem a ver não com uma simples mensagem mas antes com o carácter estatístico de todo um conjunto de mensagens; bizarro também porque nestes termos estatísticos as duas palavras informação e incerteza encontram-se associadas".[12] Com efeito, para Shannon, quanto maior é a incerteza, a desordem, a entropia, maior é a informação trazida pela mensagem; se a mensagem é previsível, a informação é reduzida ou mesmo nula. Como resume Jeremy Campbell de forma clara, "uma mensagem não transmite informação a não ser que exista alguma incerteza prévia na mente do receptor acerca do que a mensagem conterá. E quanto maior é a incerteza, maior a quantidade de in-

[9] Weaver, *ibidem*, p. 6.
[10] Weaver, *ibidem*, p. 25.
[11] Weaver, *ibidem*, p. 26.
[12] Weaver, *ibidem*, p. 27.

formação transmitida quando aquela incerteza é resolvida. Aqui reside a profunda relação entre informação e probabilidade."[13] Retomando um exemplo do mesmo autor: se entrarmos à procura de *Guerra e Paz* em três livrarias com diferentes graus de "organização"[14], a informação é mínima na livraria organizada da forma a que estamos habituados e máxima na livraria com os livros totalmente a esmo. No entanto, apesar do seu carácter aparentemente "desapontador e bizarro" – ou talvez por isso mesmo – a teoria de Shannon tem, ainda hoje, uma grande vantagem em relação à concepção tradicional da informação como "sentido": como diz Weaver, "poderíamos dizer, finalmente, que esta análise limpou a atmosfera de forma tão penetrante que estamos agora, talvez pela primeira vez, preparados para uma teoria real do sentido".[15]

O contrário da informação – e o segundo conceito fundamental da Teoria Matemática da Comunicação – é a redundância; se a informação é incerteza e imprevisibilidade, a redundância é certeza e previsibilidade. Assim, à redundância máxima corresponderá a informação mínima, e à informação máxima a redundância mínima – em princípio, zero.[16] E dizemos "em princípio" porque, de facto, uma informação sem qualquer redundância não seria sequer entendida como tal pelos seus destinatários; ou, como também poderíamos dizer, sem determina-

[13] Jeremy Campbell, *Grammatical Man*, Nova Iorque, Simon & Schuster, 1982, p. 68.

[14] Na livraria 1, os livros encontram-se ordenados como habitualmente, por género e por autor, pelo que podemos encontrar o nosso romance na secção de Ficção, na ordem correspondente ao nome Tolstoi; na livraria 2, os livros encontram-se ordenados pela cor das capas, pelo que, se soubermos que *Guerra e Paz* tem uma capa vermelha, temos de ir percorrendo os livros vermelhos até o encontrarmos; e, finalmente, na livraria 3, os livros encontram-se totalmente desordenados, pelo que temos que ir percorrendo todos os livros até encontramos *Guerra e Paz*.

[15] Warren Weaver, "Recent contributions to the mathematical theory of communication", in Claude E. Shannon, Warren Weaver, *The Mathematical Theory of Commmunication*, Chicago, University of Illinois Press, 1963, p. 27.

[16] Cf., a este respeito, António Fidalgo, "Os quadros da incerteza (Uma abordagem aos conceitos de informação e de redundância)", in José Manuel Santos, João Carlos Correia (Orgs.), *Teorias da Comunicação*, Covilhã, UBI, 2004.

dos "quadros de incerteza" seria impossível a identificação de qualquer incerteza. Assim, e para recorrermos apenas ao exemplo do que acontece com as mensagens linguísticas, uma língua tem sempre um certo grau de redundância – de acordo com os próprios Shannon e Weaver, o inglês terá 50% de redundância, o que significa por exemplo que, num texto de 100 palavras, podemos eliminar 50 palavras e conseguir, mesmo assim, continuar a entendê-lo. Numa língua em que, e caso tal fosse possível, não houvesse qualquer redundância, cada palavra seria totalmente nova; introduzir uma letra seria introduzir uma nova palavra e não haveria erros.[17]

Deste modo, o facto de a redundância ser o contrário de informação não significa, de forma alguma, que a redundância não tenha um importante papel na transmissão da informação – como é plenamente reconhecido por Shannon e Weaver, que a introduziram no seu modelo com o objectivo de eliminar ou reduzir o "ruído". No entanto, a redundância não se limita a uma tal função técnica; de facto, ela tem também uma importante função social de abertura do canal da comunicação, assegurando aquilo a que Jakobson chama a "função fática" – o que significa, em última análise, que "falar sem dizer nada" pode ser uma forma de "dizer" o mais importante, a saber, que se quer dizer qualquer coisa; ou ainda, e como refere Lévinas, que o mais importante da comunicação é a "comunicação de antes da comunicação".[18]

Com o objectivo de atingirem o mais eficazmente possível os seus destinatários, os diversos criadores e comunicadores procuram usar, de forma adequada, a relação entre informação ou entropia e redundância. Assim, e para darmos apenas um exemplo, a principal função de um designer é criar formas novas. No entanto, se essas formas se limitarem a repetir formas anteriores, não chamarão minimamente a atenção nem despertarão o interesse dos seus destinatários; mas, se forem radical-

[17] Cf. John Fiske, *Introdução ao Estudo da Comunicação*, Porto, Asa, 2002, p. 25 ss.

[18] Cf. Emmanuel Lévinas, *Autrement qu'Être ou au-delà de l'Essence*, Paris, Kluwer Academic, 1990, p. 189.

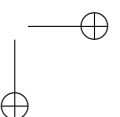
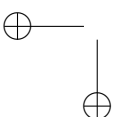
mente novas, haverá o risco de que não sejam compreendidas por esses mesmos destinatários. Daí a prática, frequente no mundo da moda, da recuperação de formas antigas a que se procura dar um conteúdo novo.

5.4 O canal e o meio – para uma tipologia dos meios

Enquanto engenheiro de telecomunicações, a preocupação fundamental de Shannon era a da eficácia dos canais de comunicação, nomeadamente do cabo telefónico e da onda de rádio. As suas questões podem, assim, ser resumidas às seguintes: como enviar uma quantidade máxima de informação por meio de um determinado canal? Como medir a capacidade de qualquer canal para transportar informação?[19]

O conceito de canal aparece, por conseguinte, como um outro conceito fundamental da Teoria Matemática da Comunicação – embora raramente mereça mais do que uma referência pontual. Procurando colmatar uma tal deficiência, John Fiske começa por distinguir entre meio e canal, propondo, em seguida, uma tipologia dos meios que nos parece do máximo interesse.[20]

Em relação à distinção entre canal e meio, o canal é o meio físico através do qual se propagam os sinais, como por exemplo o cabo telefónico ou a onda de rádio; o meio é o conjunto dos recursos técnicos ou físicos que convertem a mensagem num sinal capaz de ser transmitido ao longo do canal, como por exemplo a voz ou a tecnologia de difusão radiofónica. Enquanto que a natureza do canal em que um determinado meio vai ser usado determina as propriedades tecnológicas ou físicas desse meio, este determina, por sua vez, o tipo de códigos que através dele podem ser transmitidos. Assim, para darmos um exemplo do que acontece com o telefone, o cabo telefónico determina a utilização de

[19] Cf. John Fiske, *Introdução ao Estudo da Comunicação*, Porto, Asa, 2002, p. 19.
[20] Cf. Fiske, *ibidem*, pp. 34-5, que parafraseamos.

um transmissor-receptor (o aparelho telefónico) que faça a codificação dos sons em impulsos eléctricos e a respectiva descodificação; o telefone determina, por sua vez, a utilização do código linguístico sob a forma de fala, ao invés por exemplo da escrita ou de um código gestual.

Quanto à tipologia dos meios de comunicação, Fiske distingue os três tipos seguintes:

i) Meios *apresentativos* como a voz, o rosto e o corpo. Estes meios requerem a presença de um comunicador e produzem actos de comunicação, que se caracterizam pela sua efemeridade.

ii) Meios *representativos* como os livros, as pinturas, as fotografias, a escrita, etc. Estes meios, ao contrário do que acontece com os anteriores, assentam geralmente na ausência do comunicador, podem ser utilizados para registar os meios apresentativos e produzem obras de comunicação, que se caracterizam pela sua permanência. É este tipo de meios que dá origem aos problemas de recepção.

iii) Meios *mecânicos* como o telefone, a rádio, a televisão, o telex, etc. São transmissores dos meios apresentativos e representativos, transmitindo a voz humana, o rosto e o corpo mas também textos, pinturas, fotografias, etc. São canais tecnológicos que transmitem actos de comunicação e/ou obras de comunicação. Os problemas de recepção existem também com este tipo de meios.

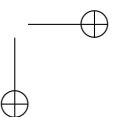
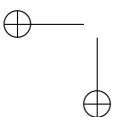
Como qualquer tipologia e, mais especificamente, qualquer tipologia dos meios, a proposta por Fiske não deixa de ser discutível. No entanto, e em relação a outras, alternativas, a proposta de Fiske apresenta pelos menos duas vantagens fundamentais: i) Amplitude – compreende meios que, com alguma frequência, não são incluídos no conjunto dos meios de comunicação, como é o caso, por exemplo, do rosto e do corpo, pese embora o facto de autores como Simmel, Goffman ou os da "Nova Comunicação" terem insistido especialmente na importância de tais "meios"; ii) Relação – classifica os meios de uma forma relacional, ilustrando perfeitamente a afirmação de McLuhan, a que atrás já fizemos referência, de que "o conteúdo de um meio é um outro meio".

Capítulo 6

A concepção cibernética da comunicação

6.1 A concepção cibernética da comunicação e a crítica a Shannon

Naquela que constitui a sua obra teórica fundamental, *Cibernética: ou Controlo e Comunicação no Animal e na Máquina*, de 1948,Norbert Wiener assume-se, a par de Shannon – que foi, aliás, seu aluno –, como um dos "pais" da Teoria Matemática da Comunicação.[1] Isso não obsta, no entanto, a que Wiener conteste o modelo linear e "transmissivo" da teoria de Shannon, substituindo-o por um modelo interactivo, assente na ideia de que a "comunicação", a circulação da informação, é um

[1] Diz Wiener: "A transmissão de informação é impossível salvo como transmissão de alternativas. (...) Para contemplar este aspecto da engenharia da comunicação, nós tivemos de desenvolver uma teoria estatística da *quantidade de informação*, na qual a unidade de quantidade de informação era a transmitida como uma decisão única de entre alternativas igualmente prováveis. Esta ideia ocorreu mais ou menos ao mesmo tempo a vários escritores, entre os quais o estatístico R. A. Fisher, o Dr. Shannon dos Bell Telephone Laboratories e o autor." Norbert Wiener, *Cybernetics: or Control and Communication in the Animal and the Machine*, Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, 1965, p. 10.

"mecanismo de organização" mediante o qual os sistemas[2], sejam eles máquinas, organismos ou sociedades, tendem a contrariar constantemente a tendência entrópica para a desordem e a destruição. Ora, esta posição de Wiener é aparentemente contraditória, na medida em que, por um lado, se considera um partidário da teoria de Sannon mas, por outro lado, e ao contrário deste, considera a informação como organização e a entropia como desorganização. Uma das formas de esclarecer tal contradição aparente é a de considerar que a informação, enquanto conjunto de escolhas, aumenta a nossa possibilidade de fazermos uma escolha correcta, e isso tanto mais quanto maior for o número de escolhas – e, nessa medida, ela permite uma acção humana mais eficaz e, assim, mais organização social; isso não impede que também seja verdade que, à medida que aumentam as escolhas, aumente a incerteza e, assim, a possibilidade de uma acção humana incorrecta e, por conseguinte, de desorganização social. É possível, assim, distinguir entre uma entropia em sentido negativo ou neguentropia, sinónimo de organização, e uma entropia em sentido positivo, sinónimo de incerteza e desorganização – sendo que uma não pode existir sem a outra. Como diria Luhmann, algumas décadas mais tarde, esse é o preço que as sociedades humanas têm de pagar pelo aumento da sua complexidade.

No que respeita ao facto de o título da obra de Wiener colocar no mesmo plano o animal e a máquina, isso explica-se por, na sua opinião, não haver diferenças essenciais entre os "autómatos" da era presente e os organismos – como o comprovará o facto de todos eles se apresentarem dotados de uma estrutura organizativa e funcional semelhante, assente na informação e na comunicação. Com efeito, todos eles: i) se encontram ligados ao mundo exterior mediante a recepção

[2] Entendendo por tal "uma colecção de elementos que interagem e se relacionam uns com os outros de tal maneira que as interacções tidas por qualquer um desses elementos, bem como os resultados dessas interacções, dependem das relações desse elemento com os outros." Humberto Maturana, Jorge Mpodozis, Juan Carlos Letelier, "Brain, Language and the Origin of Human Mental Functions", *Biological Research*, 28: 15-26, 1995, http://www.informatik.umu.se/%7Erwhit/MatMpo&Let(1995).html.

de impressões e a execução de acções; ii) possuem órgãos dos sentidos, órgãos motores e um equivalente do sistema nervoso que integra a transferência de informação do sistema receptor para o sistema motor. Consequentemente, "os muitos autómatos da era presente (...) prestam-se muito bem à descrição em termos fisiológicos. É quase um milagre que eles possam ser subsumidos numa teoria conjuntamente com os mecanismos da fisiologia."[3]

E aquilo que é válido para os indivíduos – organismos ou máquinas – também o é para os diferentes tipos de sociedades, animais e humanas: também aí a informação e a comunicação são "mecanismos de organização" que desempenham um papel de *feedback* essencial à sua manutenção como sistemas organizados.[4] No que respeita mais especificamente à sociedade humana, o mecanismo essencial de *feedback* e de organização é a "imprensa", termo a que Wiener dá um sentido amplo que inclui não apenas os meios de comunicação, nomeadamente os livros, os jornais, a rádio, o sistema telefónico, o telégrafo, os correios e o cinema, como os próprios meios e agentes de educação e socialização, por exemplo o teatro, as escolas e a igreja.[5]

Portanto, também em Wiener, como em Shannon, a questão da in-

[3] Norbert Wiener, *Cybernetics: or Control and Communication in the Animal and the Machine*, Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, 1965, p. 43.

[4] De acordo com Wiener: "É certamente verdade que o sistema social é uma organização como o indivíduo, é mantido ligado através de um sistema de comunicação, e tem uma dinâmica na qual os processos circulares com natureza de *feedback* têm um papel importante. Isto é verdade tanto nos campos gerais da antropologia e da sociologia como no campo mais específico da economia (...)." Wiener, *ibidem*, p. 24. E, numa passagem anterior, Wiener afirma a impossibilidade de "compreender comunidades sociais como as das formigas a não ser mediante uma investigação dos seus meios de comunicação" Wiener, *ibidem*, p. 18.

[5] "Uma das lições do presente livro é que qualquer organismo é conservado na sua acção pela posse de meios para a aquisição, uso, retenção e transmissão de informação. Numa sociedade demasiado grande para o contacto directo dos seus membros, estes meios são a imprensa, tanto no que diz respeito a livros como aos jornais, à rádio, ao sistema telefónico, ao telégrafo, aos correios, ao teatro, ao cinema, às escolas, e à igreja." Wiener, *ibidem*, p. 161.

formação não tem minimamente a ver com a questão do sentido, mas antes com o funcionamento maquínico e estatístico dos dispositivos comunicacionais que alimentam os sistemas, e nomeadamente, os sistemas sociais – pelo que todos os problemas, todas as "disfunções" são, em última análise, resultantes da deficiente troca de informação entre os diversos elementos e os diversos níveis, e nada que não seja possível corrigir injectando mais e melhor tecnologia no processo.

Como se verá adiante de forma mais aprofundada, a orientação cibernética e sistémica vai ter importantes repercussões no campo das diversas ciências sociais e humanas, nomeadamente na sociologia (Niklas Luhmann), na antropologia e na psicossociologia (com os autores da chamada Escola de Palo Alto, nomeadamente Gregory Bateson, Ray Birdwhistell, Erving Goffman, Edward Hall, Don Jackson, Arthur Scheflen e Paul Watzlawick).

6.2 Do poder da informação à ubiquidade

Noutra das suas obras fundamentais, *O Uso Humano dos Seres Humanos: Cibernética e Sociedade*, de 1950, Norbert Wiener afirma, a certo passo, que "aí onde chegam a palavra e o poder de percepção do homem, estendem-se também o controlo e, num certo sentido, a existência física do homem. Ver o mundo inteiro e dar-lhe ordens equivale quase à ubiquidade".[6] A transformação do mundo em informação – a desmaterialização e a virtualização do mundo, para empregarmos termos hoje correntes – aparece, assim, como o verdadeiro poder do homem sobre o mundo, maior ainda que o próprio poder físico ou material. Como diz Wiener noutro passo desta obra, "o transporte da informação [ou "mensagens"] importa mais do que um simples trans-

[6] Norbert Wiener *Cybernétique et société. L'usage humain des êtres humains* (1950), Capítulo V, Paris, Union Générale d'Éditions, 1971 (as observações e citações que se seguem referem-se a este mesmo texto de Wiener). Note-se que a tradução francesa inverte o título do original: *The Human Use of Human Beings: Cybernetics and Society*.

porte físico [ou "de matéria"]". Para ilustrar esta sua tese, Wiener dá o exemplo imaginário de um arquitecto que, residindo na Europa, pode perfeitamente vigiar a construção de um edifício nos Estados Unidos – enviando as suas plantas e as suas instruções por fax, teletipo e telefone, e acompanhando o andamento da obra através de fotografias e outras informações que lhe são enviadas da mesma forma – tudo em fracções de segundo e, acrescentamos nós, praticamente sem mexer um dedo. Deste modo, a "comunicação de mensagens", a transmissão da informação "serve para transmitir até às extremidades do mundo uma extensão dos nossos sentidos e das nossas capacidades". Mas Wiener imagina uma situação ainda mais radical. Partindo do pressuposto de que "a individualidade do corpo é mais a da chama que a da pedra, mais a da forma que a de um fragmento material" – ou, em termos menos metafóricos, mais informação do que matéria –, e que tal "chama" ou "forma" "pode ser transmitida ou modificada, ou duplicada", como acontece já, nos seres vivos, com a programação genética e a divisão celular, não seria de todo despiciendo colocar, em teoria, "a possibilidade de telegrafar um homem", de o "transmitir" integralmente, através do telégrafo, de um ponto a outro do globo. É certo que, como confessa Wiener, o seu objectivo essencial, ao especular sobre uma tal hipótese, não é "o desejo de escrever um conto de antecipação científica" mas, antes, sublinhar que a "ideia mestra da comunicação é a transmissão de mensagens".

Esta perspectiva de Wiener faz dele, muito justamente, um dos "pais teóricos" daquilo a que hoje se tornou corrente chamar "sociedade da informação" –[7] uma sociedade em que, e para seguirmos Bell e a sua caracterização da sociedade "pós-industrial", o centro da vida económica e social passa da produção de bens materiais para a informação – que, sendo o recurso que está na base da produtividade e do

[7] Assim, por exemplo Philippe Breton (*L'Utopie de la Communication*, Paris, La Découverte, 1995) considera Norbert Wiener como o principal responsável pela elaboração da "utopia da comunicação", cujo aparecimento situa entre 1942 e 1948.

crescimento económico, acaba por substituir o trabalho como fonte de valor.[8]

6.3 A Cibernética "de segunda ordem" de Heinz von Foerster e a sua repercussão na sociologia de Niklas Luhmann

Heinz von Foerster – que, para lá da disparidade das várias definições de Cibernética, vê na "circularidade" o "tema central" da teoria –, acaba por dar um passo em frente em relação a Wiener e à sua "cibernética de primeira ordem", ao propor, na sua "cibernética da cibernética" ou "cibernética de segunda ordem", incluir os "sistemas observadores" nos próprios "sistemas observados"; algo que tanto pode ser lido (por nós) no sentido de que os "sistemas observados" se observam a si próprios mediante os "sistemas observadores" como no sentido de que os "sistema observadores", mediante a sua própria observação, são constitutivos dos "sistemas observados". Uma das consequências fundamentais da proposta de Foerster – que ele também caracteriza como viragem do olhar para "as coisas" para o olhar para o próprio "olhar", de um "observador independente que observa como vai o mundo" para "um actor participante no drama da interacção mútua" –, é a de que conceitos como "realidade objectiva" e "objectividade" não passam de pura "ilusão".[9]

Ao contrário do que sucede com a cibernética "de primeira ordem", para a qual os sistemas, dotados dos seus mecanismos de *feedback*, tenderão sempre para o equilíbrio, superando toda a incerteza e imprevi-

[8] Daniel Bell, *O Advento da Sociedade Pós-Industrial*, S.Paulo, Cultrix, 1977, p. 516.

[9] Cf. Heinz von Foerster, "Ethics and Second Order Cybernetics", in *Constructions of the Mind: Artificial Intelligence and the Humanities*, Stanford Humanities Review, 4, No.2, S. 308-327, 1995, http://www.stanford.edu/group/SHR/42/text/foerster.html.

são, para a cibernética de "segunda ordem" os próprios mecanismos de *feedback* são indutores de desiquilíbrio, pelo que o equilíbrio dos sistemas é sempre instável e só pode ser contrariado por um outro desequilíbrio – como se torna patente na definição de cibernética de um dos seus principais representantes, num texto dedicado precisamente a Heinz von Foerster, e segundo a qual "a Cibernética é a arte de criar equilíbrio num mundo de possibilidades e constrangimentos".[10]

Esta visão da cibernética "de segunda ordem" acerca dos sistemas é melhor compreendida quando se relaciona com o conceito de *autopoiesis*, introduzido por Humberto Maturana e Francisco Varela a partir dos seus estudos de neurofisiologia e por eles definido da seguinte forma:

> Os seres vivos são sistemas de estrutura determinada moleculares e dinâmicos, organizados como redes fechadas de interacções moleculares que produzem a mesma espécie de moléculas que os produziram a eles, e que especificam dinamicamente, em cada instante, a extensão e as fronteiras da rede. Uma tal rede encontra-se fechada em termos da sua dinâmica dos estados de produções moleculares, mas aberta ao fluxo de matéria e energia através dela. Maturana (1970) e Maturana e Varela (1973) mostraram que tais enunciados constituem uma caracterização completa dos seres vivos enquanto sistemas moleculares, especificando as suas condições de existência e de autonomia. Maturana e Varela (1973) chamaram a esta organização a organização autopoiética, e defenderam que os sistemas vivos são sistemas autopoiéticos moleculares.[11]

[10] Ernst von Glasersfeld, "A Cybernetician before Cybernetics", apresentado no Encontro Anual da American Society for Cybernetics, 1995, publicado em *Systems Research and Behavioral Science*, 1997, 14(2), p. 137-139, e disponível em http://www.umass.edu/srri/vonGlasersfeld/onlinePapers/html/208. html).

[11] Humberto Maturana, Jorge Mpodozis, Juan Carlos Letelier, "Brain, Language and the Origin of Human Mental Functions", *Biological Research*, 28: 15-26, 1995, http://www.informatik.umu.se/%7 Erwhit/MatMpo&Let(1995).html.

O conceito de *autopoiesis* foi adoptado, no campo da sociologia, por Niklas Luhmann, de acordo com o qual a sociedade é “um sistema autopoiético constituído por comunicações e que produz e reproduz ele mesmo as comunicações que o constituem por meio da rede dessas comunicações” – daí inferindo que “a sociedade é unicamente composta de comunicações (e não de homens, por exemplo) e tudo o que não é comunicação pertence ao ambiente desse sistema”.[12] Quanto à comunicação, ela é entendida por Luhmanncomo “a disseminação da informação dentro de um sistema – como uma disseminação que utiliza a informação para conduzir à informação e desta forma muda a informação bem como o estado do meio no qual a informação cria formas”[13] – nada tendo a ver, por conseguinte, com a “vontade” e a “consciência” dos sujeitos, mas antes com o restabelecimento da homeostasia nos sistemas em que eles se inserem. Isto não implica, no entanto, ver a informação como mera transferência entre um emissor e um receptor. Com efeito, de acordo com a definição que o próprio Luhmann dá de informação, também do lado do “receptor” tem que estar presente uma componente indispensável de informação – havendo assim, um repertório comum a ambos os lados –, sem o que não poderá “traduzir” a informação, que só o é porque é diferença ou desvio em relação à situação de partida.[14]

A planificação de um sistema (autopoiético) por si próprio enfrenta dois problemas fundamentais: o primeiro, devido ao facto de que a planificação do sistema é observada à medida que se efectua, podendo tal observação introduzir aproveitamentos, desvios, e alterações nessa planificação – até porque a planificação só pode planificar para o futuro tendo em conta o momento anterior àquele em que se conclui a

[12] Niklas Luhmann, “La différentiation de la politique et de l’économie", *Politique et Complexité*, Paris, Les Éditions du Cerf, 1999, p. 52.

[13] Niklas Luhmann, “Complexidade societal e opinião pública”, in *A Improbabilidade da Comunicação*, Lisboa, Vega, 1993, p. 71.

[14] Cf. Luhmann, *ibidem*, p. 63, nota 20.

própria planificação;[15] o segundo, devido ao facto de que toda a planificação implica a elaboração de um modelo (ou auto-descrição) simplificado da complexidade do sistema que deve, em seguida, introduzir nesse mesmo sistema, tornando assim sempre possível "indicar actos não considerados: interesses que se ignoraram, possíveis consequências que não foram tomadas em conta, riscos estimados erroneamente e, sobretudo, prioridades e ordens de valor que foram postergadas". Ora, e "dado que a diferença entre planificação e observação não pode ser eliminada, independentemente de quanto o planificador deseje a intervenção de uma *invisible hand*, não existe nenhum ponto de equilíbrio no sistema para esta diferença ou para as tensões que ela produz. Qualquer esforço para lograr equilíbrio expõe-se, por sua vez, à observação."[16] A palavra que melhor descreve tal situação é – contingência. Esta contingência é, precisamente, a razão principal pela qual a sociedade em que vivemos tem vindo a ser qualificada como uma "sociedade de risco".[17]

6.4 *Feedback* e meios de comunicação – a questão da interactividade

O conceito central da Cibernética é, indubitavelmente, o de *feedback* –[18] ou, como prefere dizer Foerster, o de "circularidade". Este conceito ganha hoje uma importância especial a propósito do tema da "interactividade" da comunicação e dos meios de comunicação.

[15] Cf. Niklas Luhmann, *Sistemas Sociales. Lineamientos para una teoría general*, Barcelona, Anthropos, 1998, pp. 416-417.

[16] Luhmann, *ibidem*, p. 418.

[17] Cf. Ulrich Beck, *Risk Society. Towards a New Modernity*. Londres, Sage Publications, 1998; Anthony Giddens, *As Consequências da Modernidade*, Lisboa, Celta, 1992.

[18] Cf. John Fiske, *Introdução ao Estudo da Comunicação*, Porto, Asa, 2002, pp. 38-9.

Parece claro, em relação a estes últimos, que os diferentes meios possibilitam diferentes formas e graus de *feedback*. Assim, no caso do cinema, as críticas cinematográficas, o número de bilhetes vendidos e os próprios prémios obtidos funcionam como importantes formas de *feedback* para produtores, realizadores e actores. No caso da rádio, o *feedback* pode ser directo, mediante os telefonemas (ou mesmo *e-mails*) dos ouvintes, ou diferido, através do envio de *e-mails* e cartas. No caso da televisão, o *feedback* também pode ser directo, através dos telefonemas e *SMS* dos telespectadores – atraídos pela oferta de determinados prémios, pela possibilidade de tornar audíveis as suas opiniões, etc. – ou das diversas técnicas de audimetria, ou diferido, através das sondagens.

Apesar de o *feedback* poder ser identificado com a interactividade, tratam-se na realidade de dois conceitos distintos – ou, se quisermos, de dois graus diferentes de uma mesma realidade. De acordo com Sheizaf Rafaeli, a interactividade não é propriamente uma propriedade dos *media*, mas antes "uma variável característica de sequências comunicativas", que pode ser definida como "a expressão da extensão em que, numa dada série de trocas comunicativas, uma terceira (ou ulterior) transmissão (ou mensagem) está relacionada com o grau segundo o qual trocas prévias se referiam a transmissões efectuadas anteriormente."[19] É possível, a partir desta definição, distinguir entre comunicação *num sentido*, comunicação *em dois sentidos* ou *reactiva* – quase-interactiva ou *feedback* – e *comunicação interactiva* propriamente dita. Nesta classificação, a interactividade é mesmo definida por oposição à mera comunicação "reactiva", afirmando-se que ela "expressa o grau de acordo com o qual a comunicação transcende a reacção".[20] A con-

[19] Sheizaf Rafaeli, "Interactivity: From new media to communication", in R. P. Hawkins, J. M. Wiemann, S. Pingree (org.), *Sage Annual Review of Communication Research: Advancing Communication Science*, *Vol. 16,* Beverly Hills, CA, Sage, 1988, p. 111.

[20] Cf. Sheizaf Rafaeli, Fay Sudweeks, "Networked Interactivity", *Journal of Computer–Mediated Communication*, Volume 2, Number 4: March, 1997, http://www.ascusc.org/jcmc/vol2/issue4/rafaeli. sudweeks.html.

sideração da interactividade como uma propriedade da comunicação e não propriamente dos *media* permite também compreender porque é que um meio que, à partida, se poderia considerar como "interactivo" ou mais "interactivo" do que outro, pode na realidade ser utilizado de forma muito pouco interactiva. Ou, como hoje se tornou mais ou menos trivial dizer-se, o essencial não são (apenas) os *media*, mas (também) o que os utilizadores fazem com eles.

Como a interactividade – e o *feedback* ou quase-interactividade – é considerada pelos responsáveis dos meios de comunicação, a justo título, como uma forma de fidelização dos seus públicos, esses responsáveis procuram incrementar a criação de espaços em que tais públicos possam participar. Assim, e no que à rádio se refere, criam-se (entre nós) programas como o *Fórum TSF*, a *Prova Oral* ou a *Bancada Central*, em que se lança um tema/pergunta acerca do qual o ouvinte pode telefonar a dar a sua opinião; ou, nos jornais, rubricas como o *Correio do Leitor* ou o *Provedor do Leitor* – havendo, no entanto, aqui o inconveniente da demora na resposta, a que se procura obviar com a criação de fóruns *on-line*, na Internet. Esta última representa, sem dúvida, um passo importante em direcção à interactividade, na medida em que permite que cada um possa, praticamente, ter o "seu" próprio meio de comunicação – como acontece, actualmente, com essa pequena "revolução" que são os blogues. Mas da Internet e dos blogues trataremos, mais à frente, em capítulo específico.

Capítulo 7

A comunicação interpessoal

7.1 Interacção social e mediatização

Nas sociedades ditas tradicionais, como era o caso das sociedades antigas e o foi da generalidade das sociedades europeias até à Modernidade – isto para não falarmos das sociedades que alguns qualificaram de "primitivas" ou "selvagens" –, toda a vida social assentava, praticamente, na interacção pessoal, directa e face a face. Em tais sociedades a situação de cada indivíduo podia ser descrita, em termos binários, da seguinte maneira: ou estava só, ausente de toda e qualquer interacção social, ou estava em sociedade, em interacção com os outros. Com a invenção da escrita (e da leitura) – com o início da mediatização –[1], "surge um âmbito no qual se pode assumir um comportamento solitário, livre de interacção, ainda que social (. . .). A descoberta da escrita, portanto, dá à acção solitária a oportunidade de ser uma acção social, de ser comunicação. Mesmo quando ninguém está presente, pode-se par-

[1] Entenda-se, por "mediatização", o "processo que consiste em tornar acessível a um público mais ou menos vasto e distante uma mensagem sobre um acontecimento ou uma opinião através do recurso a um ou mais *media*." Adriano Duarte Rodrigues, *Dicionário Breve da Informação e da Comunicação*, Lisboa, Presença, 2000, p. 85.

ticipar na reprodução da sociedade."[2] Ora, com a invenção da imprensa e, depois, de meios como o jornal de massas, a rádio e a televisão – com os chamados *mass media* –, mas também como o telefone, o e-mail ou o telemóvel, um tal processo nunca mais parou de se ampliar e aprofundar; compreende-se, assim, que o mesmo Luhmann afirme, noutra das suas obras, que "o que sabemos sobre a sociedade e ainda o que sabemos sobre o mundo, sabemo-lo através dos meios de comunicação de massas".[3]

Esse papel crescentemente preponderante dos *media* faz com que, nas sociedades mediatizadas que são as nossas, a interacção social tenha vindo a assumir novas formas e modalidades. Ora, uma tal situação nem sempre tem sido tida em conta pelos estudiosos dessa mesma interacção.

Assim, na sua crítica aos "situacionistas" – aos sociólogos que, como Erving Goffman, tendem a reduzir a vida social às "situações" de interacção ou "encontros"[4] – Joshua Meyrowitz observa que eles "focam, quase exclusivamente, a interacção face a face e ignoram as interacções que têm lugar através dos *media*".[5] Este exclusivismo é tanto mais problemático quanto as interacções mediadas ocupam um lugar central – cada vez mais central – na nossa sociedade, e isso a dois níveis: i) como elementos das próprias interacções face a face – por exemplo a conversa de dois amigos, no café, sobre o noticiário que a televisão está a dar ou já deu; ii) como formas de interacção que suple-

[2] Niklas Luhmann, *Sistemas Sociales. Lineamientos para una teoría general*, Barcelona, Anthropos, 1998, p.382.

[3] "Whatever we know about our society, or indeed the world in which we live in, we know through the mass media." Niklas Luhamnn, *The Reality of the Mass Media*, Stanford, Stanford University Press, 2000, p.1.

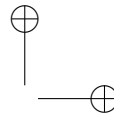
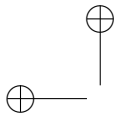
[4] "*Uma* interacção será definida como a totalidade da interacção, seja qual for o seu momento, em que um determinado conjunto de indivíduos se encontram continuamente presentes uns aos outros; o termo 'encontro' designará a mesma realidade." Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, Lisboa, Relógio D'Água, 1993, pp. 26-7.

[5] Joshua Meyrowitz, *No Sense of Place*, Nova Iorque, Oxford, Oxford University Press, 1986, p.33.

mentam as interacções face a face – por exemplo através do telefone ou o do *e-mail*. Dado este duplo aspecto, parece ter cada vez menos sentido analisar-se, hoje, a interacção sem se fazer intervir a interacção mediatizada. Meyrowitz é, precisamente, a par de John Thompson, um dos autores que fizeram tentativas neste sentido.

O projecto de Meyrowitz pode ser descrito, genericamente, como uma tentativa de integração das teses – que, isoladas, considera unilaterais – de Goffman e McLuhan, que "têm pontos fortes e pontos fracos complementares: Goffman centra-se apenas no estudo da interacção face a face e ignora a influência e efeitos dos *media* nas varáveis que descreve; McLuhan centra-se apenas nos efeitos dos *media* e ignora os aspectos estruturais da interacção face a face."[6] A crítica de Meyrowitz a Goffman não obsta a que o autor anteveja a possibilidade de aplicar – e aplique – determinados conceitos e distinções de Goffman ao estudo da comunicação mediatizada. Um primeiro exemplo: a distinção entre meios escritos/impressos e meios electrónicos é vista a partir da distinção goffmaniana entre, respectivamente, "comunicação" e "expressão" – no sentido de que, enquanto os primeiros se caracterizam, exclusivamente, pela "comunicação", já os segundos envolvem também, e como factor distintivo essencial, a "expressão".[7] Um outro exemplo: a utilização da distinção entre "região de fachada"(*front region*) e "região de fundo" ou "bastidores" (*back region*) para descrever o que se passa nos media electrónicos, em particular na televisão: "Os *media* electrónicos expuseram parte do comportamento de fundo (*backstage behavior*) tradicional de muitos grupos. Informação dantes acessível apenas a membros do grupo tornou-se igualmente acessível a estranhos ao grupo."[8]

John Thompson é outro dos autores que tem vindo a estudar as novas formas de interacção postas em jogo pela existência dos *media*, tendo proposto a conhecida distinção entre a interacção face a

[6] Meyrowitz, *ibidem*, p. 4.
[7] Cf. Meyrowitz, *op. cit.*, especialmente pp. 93 ss.
[8] Meyrowitz, *ibidem* p. 135.

face (uma conversa), a interacção mediada tecnicamente (o telefone) e a quase-interacção mediada tecnicamente (a televisão, os *mass media* em geral); ao mesmo templo, aplicando também uma distinção de Goffman, analisou as formas que assume a relação entre "região de fachada"e "região de fundo" no segundo e no terceiro tipos de interacção referidos.[9]

Reconhecer as alterações introduzidas pelos *media* a nível da interacção social, a crescente mediatização desta última não implica, obviamente, deixar de reconhecer que a interacção pessoal, directa e face a face, continua a ter um papel fundamental na sociedade contemporânea. Importa, por isso, estudar alguns dos mais importantes autores e teorias que se têm debruçado sobre essa mesma interacção.

Apesar das suas origens filosóficas – referimo-nos, nomeadamente, a correntes como o marxismo e o pragmatismo –, é no campo da sociologia e, mais tarde, e por influência daquela, nos da psicologia e da psicossociologia, que o tema da interacção ganha toda a sua relevância. No estudo sociológico da interacção, Georg Simmel ocupa, sem dúvida, um lugar de destaque. Na esteira de Simmel, e influenciados sobretudo pelo pragmatismo, também sociólogos como George Herbert Mead, Herbert Blumer – que cunhou a designação "interaccionismo simbólico" em 1937 – e Erving Goffman, para nos referirmos apenas a alguns dos mais conhecidos, situam no processo de interacção a origem e o fim de todo o significado e, assim, de toda a "humanidade" do homem. Ligando-se, por um lado, a alguns dos pensadores já referidos – nomeadamente a Mead e a Goffman – e inspirando-se, por outro lado, na Cibernética de Norbert Wiener, a chamada Escola de Palo Alto, ao identificar comportamento com comunicação, pressupõe um modelo "interaccional" da comunicação que é, simultaneamente, um modelo comunicacional da interacção.[10]

[9] Cf. John B. Thompson, *Ideologia e Cultura Moderna*, Petrópolis, Vozes, 1998, pp. 285-311.

[10] A expressão "interaccional", aplicada ao conceito de comunicação, aparece por exemplo em Gregory Bateson, "Comunicación", in Y. Winkin (org.), *La Nueva Comunicación*, Barcelona, Kairós, 1990, p.134. Em P. Watzlawick, J. Helmick Beavin,

Na impossibilidade de estudarmos todos estes autores e teorias, centramo-nos, no que se segue, em Georg Simmel, nos autores da Escola de Palo Alto e em Erving Goffman. A escolha de Simmel justifica-se por três ordens de razões: primeiro, o carácter seminal da sua concepção da sociedade como um conjunto de processos de interacção, de que é possível analisar as diversas "formas"; segundo, a originalidade das suas análises sobre as diversas formas concretas de interacção; terceiro, o carácter produtivo da maior parte dessas análises no que se refere à interpretação da nossa situação actual – como é o caso da sua "sociologia dos sentidos" relativamente ao desenvolvimento e funcionamento de meios de comunicação como a rádio ou a televisão. A escolha dos autores da Escola de Palo Alto justifica-se, também, por três ordens de razões: primeiro, a extensão do modelo cibernético-sistémico da comunicação ao campo das diversas ciências sociais e humanas; segundo, o carácter multidisciplinar e interdisciplinar dos estudos produzidos, com repercussões importantes nas mais diversas disciplinas; terceiro, a importância atribuída à comunicação, verbal e não-verbal, como factor explicativo do conjunto da cultura e do comportamento humano, quer normal quer patológico. Quanto à escolha de Goffman, diremos apenas que, apesar de todas as dificuldades colocadas pelo percurso teórico deste autor, ele produziu alguns dos trabalhos mais interessantes e produtivos sobre as formas de comunicação que estão em jogo nas situações de co-presença, nomeadamente naquelas a que chama "encontros".

D. Jackson, *Une Logique de la Communication*, Paris, Éditions du Seuil, 1972, aparecem repetidamente afirmações como a de que a comunicação é "um processo de *interacção*" (p. 8), e a de que, "se se admite que, numa interacção, todo o comportamento tem o valor de uma mensagem, quer dizer, que é uma comunicação, segue-se daí que não se pode *não* comunicar, queira-se ou não." (p. 46).

7.2 O papel dos sentidos na interacção

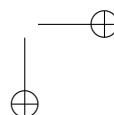
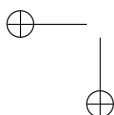
No princípio do século XX, e ao pretender fundamentar a sociologia como ciência "formal", Georg Simmel praticamente identifica sociedade com interacção, com a "influência recíproca" ou "reciprocidade de efeitos" entre as acções de cada homem e as dos outros. Assim, afirma que "a sociedade existe onde um certo número de indivíduos entram em interacção"[11]; acrescentando, ao referir-se às formas de interacção, que "é com a sua emergência que a sociedade também emerge, pois que elas não são nem a causa nem a consequência da sociedade, mas são, elas próprias, a sociedade".[12]

O estudo da interacção representa, para Simmel, a viragem de uma sociologia macroscópica para uma sociologia microscópica: "O momento presente na evolução da ciência social parece corresponder ao estado em que se encontraram as ciências da vida orgânica, aquando do começos das pesquisas microscópicas."[13] Tal como a biologia passou do estudo dos órgãos aos das células e das suas acções recíprocas, também a sociologia deve passar do macroscópico – das "grandes formas sociais" como o Estado, os sindicatos, as famílias, etc. – ao microscópico, às interacções sociais das "pessoas que se observam, têm ciúmes umas das outras, jantam juntas, se vestem ou se enfeitam umas para as outras, se atraem ou se repelem de forma absolutamente independente de todo o interesse palpável". Estes são apenas alguns exemplos, ao acaso, "de entre todos os milhares de relações momentâneas ou duráveis, conscientes ou inconscientes, fugidias ou fecundas, que nos ligam sem cessar."[14] São estes "fios" e estas "acções recíprocas" que, e para nos atermos às duas comparações que Simmel utiliza de forma implícita, constituem o essencial do "tecido" ou "corpo social", estando na

[11] Georg Simmel, "The problem of sociology", in *On Individuality and Social Forms*, Chicago, The University of Chicago Press, 1998, p. 23.

[12] Simmel, *ibidem*, p. 27.

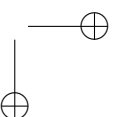
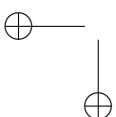
[13] Georg Simmel, "Essai sur la sociologie des sens", in *Sociologie et Épistémologie*, Paris, PUF, 1981, p. 223.

[14] Simmel, *ibidem*, p. 224.

base das "grandes formas sociais" atrás referidas; pois, se se limitasse a essas formas, "a vida desagregar-se-ia numa série de sistemas diferentes. Seria como se o estudo do corpo humano se limitasse aos grandes órgãos diferentes e visíveis a olho nu, e fizesse abstracção das operações celulares inumeráveis, variáveis e complicadas que o microscópio descobriu."[15]

Na interacção social, os sentidos desempenham um papel fundamental – já que, "se nos misturamos em reciprocidade de acção, isso resulta de que reagimos pelos sentidos uns sobre os outros."[16] No entanto, esses mesmos sentidos são vistos, habitualmente, como a mera base ou condição que suporta a interacção social, sem ter um papel especial. Contra essa visão habitual, Simmel pretende afirmar que "cada sentido fornece, de acordo com o seu carácter específico, informações características para a construção da existência colectiva, e que aos matizes das suas impressões correspondem certas particularidades, certas relações sociais".[17]

A percepção do nosso semelhante pelos sentidos tem dois efeitos fundamentais e indissociáveis: i) Evoca em nós sentimentos de prazer ou desprazer – efeito afectivo; ii) Permite-nos conhecer o outro e, assim, objectivá-lo – efeito cognitivo.[18]

De entre todos os sentidos, a vista é aquele que permite "a reciprocidade mais imediata e mais pura que há", na medida em que "a reciprocidade de acção intensamente viva, produzida por uma troca de olhares entre duas pessoas, não se cristaliza em nenhuma forma objectiva, a união criada entre ambas reside imediata e absolutamente na função" – como o mostra, também, o facto de que um tal laço só se pode formar seguindo "a linha recta de um olho a outro, de tal modo que o menor desvio, o menor olhar de lado destruiria completamente o seu carácter único".[19] Ao olharmos o outro, o olhar com que o olhamos revela-nos

[15] Simmel, *ibidem*, pp. 224-5.
[16] Simmel, *ibidem*, p.225.
[17] Simmel, *ibidem*, p. 225.
[18] Cf. Simmel, *ibidem*, pp. 225-6.
[19] Simmel, ibidem, p. 227.

a nós próprios – o que só acontece, obviamente, quando há reciprocidade de olhares: "Não podemos tomar pela vista sem ao mesmo tempo dar, pois a vista desvela, àquele que ele olha, a alma que procurava desvelá-lo."[20] Daí que, quando sentimos vergonha, baixemos os olhos e evitemos o olhar do outro – para que o outro não descubra, no nosso olhar, o que se passa em nós: "O meu olhar, ao cruzar o seu, servir-lhe-ia para me reconhecer, tanto quanto me serviria para o reconhecer: sobre a linha que liga os nossos olhos, o olhar transportaria, de um ao outro, a personalidade, o estado de alma, a impulsão própria a cada um de nós."[21]

Na troca de olhares, a expressão do rosto é o que é visto em primeiro lugar. Ora, como poderíamos dizer parafraseando um dito popular, o "rosto é o espelho da alma" – ele "resume, pelos seus traços, tudo o que no passado desceu às profundezas da alma, aí deixando traços inapagáveis".[22] O rosto permite que o homem que olhamos seja "já compreendido pelo seu aspecto, antes de ser compreendido pelos seus actos"; enquanto "órgão de expressão" por excelência, o rosto "é por assim dizer de natureza absolutamente teórica; ele não age como o pé, como a mão, como a totalidade do corpo, ele não é factor da atitude interior ou prática de um homem; ele limita-se a *falar* dele".[23]
Daí a importâncias da (relação à) "primeira vista" – como se diz, por exemplo, do amor: "Numa certa medida, muito variável, é verdade, nós sabemos desde o primeiro olhar com quem temos de nos haver."[24] É certo que, na maior parte dos casos, não temos consciência desta "base evidente" porque passamos, quase imediatamente, aos outros pormenores da pessoa. Quando, por qualquer razão, atentamos nisso, "ficamos espantados acerca de tudo o que sabemos de um homem desde o primeiro olhar que lhe lançamos".[25] Esta nossa habilidade tácita não

[20] Simmel, *ibidem*, p.227.
[21] Simmel, *ibidem*, p.228.
[22] Simmel, *ibidem*, p. 228.
[23] Simmel, *ibidem*, p.228.
[24] Simmel, ibidem, p. 228.
[25] Simmel, ibidem, p. 229.

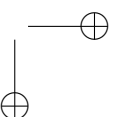
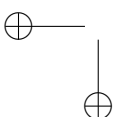
impede, obviamente, que haja enganos e equívocos nessa compreensão do outro "à primeira vista" – até porque, como diz um outro dito popular, "as aparências iludem". O rosto permite, finalmente, que a vista (se) vá dando conta das variações do outro – e reciprocamente – no decurso da interacção: "ele presta-se, ainda, às variações múltiplas das situações momentâneas."[26]

A vista contrasta com o ouvido e a sua utilização sociológica. São três as principais diferenças entre ambos os sentidos:

i) O ouvido dá-nos o homem como uma sucessão descontínua no tempo, enquanto a vista nos dá o homem, em cada momento, como duração ou simultaneidade no espaço, dá-nos "o sedimento do seu passado sob a forma substancial dos seus traços, de forma a que nós vejamos, por assim, dizer, a sucessão dos actos da sua vida surgir diante de nós ao mesmo tempo";[27] ou, como também diz Simmel, enquanto que a vista nos dá o "ser" e a estabilidade, o ouvido dá-nos o "devir" e a mobilidade do outro – numa verdadeira "divisão de trabalho entre os sentidos".[28] Desta diferença entre a vista e o ouvido decorrem vários corolários, de que destacaremos dois.

O primeiro refere-se à diferença entre a "disposição sociológica" do cego e do surdo: enquanto que o cego concebe o homem como uma série de estados sucessivos, escapando-lhe a simultaneidade e duração acima referidas, o surdo capta uma simultaneidade e duração que, sem o auxílio da palavra que a torna inteligível, se torna confusa e inquietante.[29]

O segundo corolário tem a ver com a "sociologia das grandes cidades", caracterizadas por "uma preponderância acentuada da vista sobre o ouvido" – um factor que Simmel atribui não apenas ao facto de nas pequenas localidades as pessoas se poderem encontrar e falar, conhecendo-se de forma global, mas (sobretudo) aos "meios de comu-

[26] Simmel, *ibidem*, p.229.
[27] Simmel, *ibidem*, p.229.
[28] Simmel, *ibidem*, p.231.
[29] Cf. Simmel, *ibidem*, p.230

nicação públicos” como os ónibus, os comboios, os eléctricos do século XIX, e antes dos quais “as pessoas não tinham a ocasião de poder ou de dever olhar-se reciprocamente durante minutos ou horas seguidos sem se falarem”. Ora, o facto de os homens interagirem (exclusivamente) pela vista – mirando-se, uns aos outros, em silêncio –, torna-os mais enigmáticos uns para os outros do que se interagissem (também) pelo ouvido; o que explicará, em parte, esses “estados de incerteza inquieta”, esse “sentimento de desorientação em relação ao conjunto das vidas, esse sentimento de isolamento, esse sentimento que de todos os lados se choca com portas fechadas” experimentado pelos habitantes das grandes metrópoles.[30]

ii) Enquanto que a vista implica reciprocidade – dos olhares –, essa reciprocidade está ausente do ouvido, que é “egoísta” e se caracteriza por “tomar sem dar” – como o parece simbolizar a sua própria forma exterior, que “lembra um apêndice um pouco passivo e é, de todos os órgãos da cabeça, o mais imóvel”.[31] Também desta diferença entre a vista e o ouvido decorrem vários corolários.[32]

O primeiro é o de que o “egoísmo formal” do ouvido contrapõe-se à sua impossibilidade de possuir o que ouve – só se pode possuir o que se vê.

O segundo corolário é o de que enquanto que um grande número ou mesmo um número ilimitado de pessoas pode ouvir a mesma coisa – Simmel dá o exemplo do público de um concerto –, em circunstâncias habituais cada pessoa vê a sua coisa, a partir de uma perspectiva própria – como acontece com o público de um museu; assim, se o ouvido favorece a aproximação e a comunhão, já a visão favorece o afastamento e a individualização. Tal não descarta, contudo, a possibilidade de que em certas circunstâncias, a vista produza o efeito agregador do ouvido – basta, para isso, que a vista assegure “a grande número de pessoas uma semelhante unidade de impressão”, como exemplifica Simmel com a

[30] Simmel, *ibidem*, p. 230.
[31] Simmel, *ibidem*, p. 232.
[32] Cf., para o que se segue, Simmel, *ibidem*, pp. 232-3.

visão do céu e do sol nas religiões do céu e do sol e nós exemplificaríamos hoje, talvez, com os exemplos de "tecnologias da imagem" como a fotografia, o cinema ou a televisão.

Um terceiro e último corolário é o de que com a voz/ouvido podemos comunicar segredos, enquanto a vista vê o que está à vista de todos; daí que a comunicação boca-ouvido, íntima e pessoal, seja contraditória com a própria natureza, pública e colectivista, do ouvido.

iii) A vista e o ouvido estão na base de diferentes relações sociológicas: enquanto que a vista vê sobretudo as semelhanças, a unidade – por exemplo os operários numa sala de fábrica, os estudantes numa sala de conferências, os soldados numa unidade do exército –, o ouvido ouve as diferenças, a individualidade; nesse sentido, a vista favorece relações mais abstractas e impessoais. Isto explica, precisamente, porque é que foi a vista, e não o ouvido, que esteve na base da "concepção moderna" do "operário: "A vista revela, ao lado do que há de individual na aparência de cada homem, o que há de semelhante em todos os homens, e isso bem mais do que o faz o ouvido."[33]

Em comparação com a vista e o ouvido, os outros sentidos têm uma importância sociológica muito menor – apesar de o olfacto acabar por ter um papel mais importante do que parece; e que, diríamos nós, Simmel acentua mesmo de forma desproporcionada.

Os homens impregnam o ar com o seu odor específico, que provoca prazer ou desprazer, simpatia ou antipatia nos que com eles interagem – pelo que, no odor, e ao contrário do que acontece na vista ou no ouvido, a componente afectiva e subjectiva predomina sobre a cognitiva e objectiva. Ainda ao contrário da vista e do ouvido, o olfacto não constitui um objecto de conhecimento, sendo uma impressão subjectiva, difícil, senão impossível, de exprimir por palavras. Para além disso, os seus efeitos são, na sua maior parte, inconscientes e instintivos e, por isso, difíceis ou impossíveis de dirigir. Como exemplos dos efeitos – descomunais – do odor na convivência entre homens de diferentes raças, povos e classes, Simmel refere a impossibilidade de entrada dos negros

[33] Simmel, *ibidem*, p. 234.

na alta sociedade da América, a aversão entre germânicos e judeus, o falhanço do "contacto pessoal" entre a classe operária e a "classe cultivada" que tanto se apregoa como ideal – afirmando mesmo, a propósito deste último caso, que "[a] questão social não é, apenas, uma questão moral, é também uma questão de olfacto".[34] O facto de os efeitos do olfacto serem mais agudos do que os dos outros sentidos resulta de que o odor penetra em cada um de nós pela respiração, sendo um sentido mais próximo e mais íntimo que os outros. Assim, o olfacto pode ser qualificado como "o sentido desagregador ou anti-social por excelência", e isto pelas seguintes razões: enquanto a vista e o ouvido se caracterizam por um misto de atracção e repulsa, no olfacto predominam as repulsões sobre as atracções; as decisões baseadas no olfacto são mais radicais, irrevogáveis e incontroláveis; e, sobretudo, "a reunião de um grande número de indivíduos não lhe fornece nunca nenhuma atracção"– e quanto mais indivíduos reunidos, pior. Uma das consequências desta última razão é, segundo Simmel, a de que "o refinamento da cultura tende para o isolamento do indivíduo". [35]

Quanto ao "perfume artificial", ele tem uma função semelhante à dos adornos como os diamantes ou o ouro: torna-se como que parte integrante do sujeito e da influência deste sobre os outros, é algo objectivo no qual se exprime a subjectividade – nesse aspecto constitui "uma manifestação típica da estilística" –, substituindo a "atmosfera pessoal" de cada um por uma "atmosfera objectiva" e "fictícia", agradável para os outros mas que chame, ao mesmo tempo, a atenção para a pessoa que o usa: "É necessário que ele agrade independentemente da pessoa, que ele contente subjectivamente os que estão à sua volta, realçando, ao mesmo tempo, o seu valor como personalidade."[36]

[34] Simmel, *ibidem*, p. 236.
[35] Cf. Simmel, *ibidem*, p. 237.
[36] Simmel, *ibidem*, p. 237-8.

7.3 A "Nova Comunicação" da Escola de Palo Alto

Os autores da chamada "Nova Comunicação", nomeadamente os da Escola de Palo Alto – referimo-nos, concretamente, a autores como Gregory Bateson, Ray Birdwhistell, Edward Hall, Don Jackson, Arthur Scheflen e Paul Watzlawick – estendem aos campos da antropologia, da psicossociologia, da psiquiatria, da própria filosofia, a orientação cibernético-sistémica, de Wiener e não só. Assim, como é documentado pelo próprio Wiener, Gregory Bateson – que, como é sabido, é o grande inspirador do conjunto de pensadores da "Nova Comunicação" – fez parte, com a sua então mulher Margaret Mead, do grupo que, na época da formulação da teoria cibernética, se reunia à volta de Wiener tentando equacionar as possíveis extensões de tal teoria aos fenómenos psíquicos e sócio-culturais.[37] Por seu lado, também Gregory Bateson confessa, a propósito da sua participação na *Macy Conferences on Cybernetics*, que "a minha dívida para com Warren McCulloch, Norbert Wiener, John von Neumann, Evelyn Hutchinson e outros membros dessas conferências é evidente em tudo o que escrevi desde a II Gerra Mundial".[38]

Como faz notar Yves Winkin no seu clássico sobre os autores da "Nova Comunicação", estes recusam claramente a concepção da comunicação como "telégrafo", que associam ao modelo de Shannon, para lhe contraporem uma concepção da comunicação como "orquestra", decorrente do modelo de Wiener.[39] Ainda na linha do modelo de Wiener, a comunicação é concebida, por estes autores, como "troca de informação", isto é, como um conjunto de *inputs* e de *outputs* entre

[37] Cf. Norbert Wiener, *Cybernetics: or Control and Commmunication in the Animal and the Machine*, Cambridge Mass., The MIT Press, 1965, pp. 18, 24.

[38] Gregory Bateson, "Foreword, 1971", in *Steps to an Ecology of Mind*, Chicago, The University of Chicago Press, 2000, p. XX.

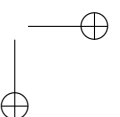
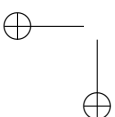
[39] Cf. Yves Winkin (org.), *La Nueva Comunicación*, Barcelona, Kairós, 1990, pp. 11-25.

os sistemas concebidos como "caixas negras" e o meio, revelando-se como centrais os fenómenos cibernéticos do *feedback* e da homeostasia. Assim, como afirmam Paul Watzlawick, Janet H. Beavin e Don D. Jackson numa das obras mais emblemáticas da corrente da "Nova Comunicação", os "diversos sistemas interpessoais" – incluindo, nesta categoria, "grupos de estrangeiros sem ligação entre si, casais, famílias, relações psico-terapêuticas e mesmo relações internacionais" – podem ser considerados como "anéis de retroacção", na medida em que "o comportamento de um afecta o do outro e é afectado por este", de tal modo que, em tais sistemas, as entradas de informação (*input*) "podem amplificar-se até ao ponto de provocarem uma mudança ou, ao invés, serem contrariadas para manter a estabilidade, conforme os mecanismos de retroacção são positivos ou negativos".[40] Tais sistemas podem, como dissemos, ser tratados como "caixas negras"; ora, o que caracteriza uma "caixa negra", seja ela uma máquina, um ser vivo ou uma organização social, é que nela "podemos limitar-nos a observar as relações entre o *input* (as entradas) e o *output* (as saídas) de informação, quer dizer, à comunicação"[41] – e podemos, por consequência, ignorar o seu "interior", isto é, os seus componentes, regras e mecanismos de funcionamento específicos. Enfatizando esta mesma concepção da comunicação, diz Paul Watzlawick noutra das suas obras: "A sobrevivência de todos os seres vivos depende da informação adequada acerca do seu meio ambiente; de facto, o grande matemático Norbert Wiener sugeriu que o mundo pode ser visto como uma miríade de mensagens 'A Quem Possa Interessar'. A troca dessas mensagens é aquilo a que chamamos comunicação."[42]

E sendo que, como dizem Watzlawick, Beavin e Jackson, "uma comunicação não se limita a transmitir uma informação, mas induz ao

[40] Paul Watzlawick, Janet H. Beavin, Don D. Jackson, *Une Logique de la Communication*, Paris, Éditions du Seuil, 1979, p. 26.

[41] Watzlawick, Beavin, Jackson, *ibidem*, p. 39.

[42] Paul Watzlawick, *A Realidade é Real?*, Lisboa, Relógio D'Água, 1991, p. 13.

mesmo tempo um comportamento"[43] – o que permite distinguir, na comunicação, entre "conteúdo", ou informação propriamente dita, e "relação", que tem sobretudo a ver com a estrutura comportamental que se articula, no mesmo sentido ou mesmo em sentido contrário, com a informação –[44] toda a comunicação pode, em última análise, ser reconduzida aos seus efeitos comportamentais. Assim, assumindo a distinção de Morris e Carnap entre sintaxe, semântica e pragmática, os autores da "Nova Comunicação" situam-se explicitamente neste último campo, colocando em segundo plano quer o problema sintáctico da transmissão tecnológica da informação, central na teoria da informação de Shannon e Weaver, quer o problema do sentido da informação, objecto da semântica, centrando a sua análise nos efeitos da comunicação, no facto de que "a comunicação afecta o comportamento".[45]

Mas, se toda a comunicação afecta o comportamento, se praticamente comunicação e comportamento são sinónimos, como não podemos deixar de nos comportar – toda a recusa de um comportamento é, ela própria, um comportamento, sendo impossível existir um "não-comportamento" –, então "não podemos não comunicar".[46] Em coerência com esta ideia de "pan-comunicação positiva"[47], para estes autores a própria doença mental, e nomeadamente a psicose e a esquizofrenia, não é senão o resultado da inadequação dos mecanismos de

[43] Paul Watzlawick, Janet H. Beavin, Don D. Jackson, *Une Logique de la Communication*, Paris, Éditions du Seuil, 1979, p. 49.

[44] Esta distinção recobre, em grande medida, as distinções entre "comunicação" e "meta-comunicação" e comunicação verbal e não verbal, a que nos referiremos adiante.

[45] "Este livro abordará esses três domínios, mas terá essencialmente por objecto a pragmática da comunicação, quer dizer, os efeitos desta quanto ao comportamento. A este propósito deve ficar bem claro, desde o início, que nós consideramos ambos os termos, comunicação e comportamento, como sendo praticamente sinónimos." Watzlawick, Beavin, Jackson, *ibidem*, p. 16.

[46] Watzlawick, Beavin, Jackson, *ibidem*, p. 48.

[47] Retomamos esta designação de João Pissarra Esteves, *A Ética da Comunicação e os Media Modernos. Legitimidade e poder nas sociedades complexas*, Lisboa, FCG - JNICT, 1998, p. 403.

comunicação, que leva o indivíduo a uma espécie de "desorientação comunicativa" – pelo que as causas da doença estão tanto no indivíduo como no contexto ou sistema, nomeadamente familiar, em que ele se insere.

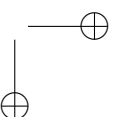
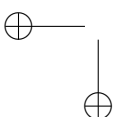
São de realçar, a este propósito, as investigações de Bateson e colegas como Don Jackson acerca das relações entre a esquizofrenia e o chamado *double bind*, mais concretamente sobre a hipótese de que "uma pessoa apanhada no *double bind* pode desenvolver sintomas esquizofrénicos" –[48] uma hipótese que se procura fundamentar apresentando "as linhas gerais de uma teoria comunicacional da origem e natureza da esquizofrenia".[49] Quanto ao *double bind* – qualificado resumidamente, por Bateson, como "uma situação na qual, não importa o que uma pessoa faça, 'não pode vencer"' –[50] , ele pode ser definido como uma situação que apresenta as seguintes características gerais:

> (1) Quando o indivíduo está envolvido numa relação intensa; quer dizer, uma relação na qual ele sente que é vitalmente importante discriminar, de forma correcta, que espécie de mensagem está a ser comunicada, de modo a que possa responder-lhe de forma apropriada.
>
> (2) E, o indivíduo é apanhado numa situação na qual a outra pessoa envolvida na relação expressa duas ordens de mensagens e uma delas nega a outra.
>
> (3) E, o indivíduo é incapaz de comentar as mensagens que são expressas a fim de corrigir a sua discriminação acerca de qual a ordem de mensagem a que deve responder, i.e., não consegue emitir um juízo meta-comunicativo.[51]

[48] Gregory Bateson, "Toward a Theory of Schizofrenia" (1956), in *Steps to an Ecology of Mind*, Chicago, The University of Chicago Press, 2000, p. 201. Cf., na mesma obra, os vários ensaios dedicados à questão da esquizofrenia e do *double bind* inseridos na Parte III, intitulada "Form and Pathology in Relationship".

[49] Bateson, *ibidem*, p.202.

[50] Bateson, *ibidem*, p.201.

[51] Bateson, *ibidem*, p. 208. Para uma descrição dos "ingredientes necessários para uma situação de *double bind*" cf. pp. 206-208.

Como se depreende desta caracterização do *double-bind*, a capacidade que os seres humanos – e os próprios animais, pelo menos os superiores –[52] têm de interpretar as mensagens próprias e dos outros, de comunicar sobre a própria comunicação, de meta-comunicar é essencial à interacção e à própria saúde psíquica dos seres humanos.[53] Sendo assim, a cura de doenças como a esquizofrenia reside, em grande medida, no restabelecimento desta capacidade de "meta-comunicação". Assinale-se, ainda, que o facto de a situação de *double-bind* ocorrer entre o pré-esquizofrénico e a mãe não significa que ela não ocorra também nas relações normais – fornecendo Bateson vários exemplos extraídos da vida corrente.[54]

A questão de saber se a comunicação não verbal (ou "icónica"), nomeadamente a paralinguística e a quinésica, será apenas um estádio anterior ao da comunicação verbal (ou "digital" ou "codificada") não tem para Bateson e para a generalidade dos autores da "Nova Comunicação" qualquer sentido – já que não só a segunda não substituiu a primeira como o desenvolvimento desta foi acompanhado de um desenvolvimento daquela, que a tornou cada vez mais rica e complexa. Esse desenvolvimento da comunicação não-verbal esteve na base da elaboração das "formas complexas da arte, da música, do bailado, da poesia e semelhantes e, mesmo na vida quotidiana, os enredos da comunicação quinésica, da expressão facial, e da entoação vocal ultrapassam, de longe, tudo o que qualquer outro animal conhecido pode produzir". E, recorrendo a um exemplo da vida quotidiana, Bateson ilustra a forma – por vezes contraditória – como se articulam a comunicação verbal e a não-verbal: "Quando o rapaz diz à rapariga, 'Amo-te', ele está a usar

[52] Cf. Bateson, "A Theory of Play and Fantasy" (1954), *ibidem*, pp. 177-193.

[53] "A capacidade de comunicar acerca da comunicação, de comentar as acções significativas próprias e dos outros, é essencial para o intercâmbio social bem sucedido. Em qualquer relação normal há uma troca constante de mensagens metacomunicativas, tais como 'O que queres dizer?', ou 'Porque fizeste isso?', ou 'Estás a brincar comigo?', e assim por diante."Bateson, "Toward a Theory of Schizofrenia", *ibidem*, p.215.

[54] Cf Bateson, *ibidem*, pp. 208-9.

palavras para transmitir aquilo que é transmitido de forma mais convincente pelo seu tom de voz e pelos seus movimentos; e a rapariga, se tiver algum senso, prestará mais atenção a esses sinais associados do que às palavras."[55] Os trabalhos de Birdwhistell no campo da quinésia[56] e os de Eduard T. Hall no campo da proxémica[57] procuraram, precisamente, analisar o funcionamento das formas de comunicação não-verbal que são o movimento e o espaço. Mas, longe de se reduzir ao movimento, ao espaço, mesmo à paralinguística, a comunicação não-verbal inclui todo um conjunto de outros elementos culturais, em que se incluem o tempo, o vestuário, a gastronomia, etc. – o que leva mesmo Hall a identificar comunicação e cultura, afirmando que "a cultura é comunicação e a comunicação é cultura"[58] ; uma afirmação que repete, por outras palavras, a afirmação de Watzlawick, Beavin, Jackson atrás citada de que comunicação e comportamento são "praticamente sinónimos".

Na medida em que a comunicação – verbal e, sobretudo, a não-verbal – é determinada pelo "sistema social", ela é, pelo menos em

[55] Bateson, "Redundancy and Coding" (1968), *ibidem*, p. 418.

[56] Cf. Ray L. Birdwhistell, "Un ejercicio de kinésica y de linguística: la escena del cigarrillo", in Y. Winkin (org.), *La Nueva Comunicación*, Barcelona, Kairós, 1990, pp. 166-197.

[57] Cf. Edward T. Hall, "Proxémica", in Winkin, *ibidem*, pp. 198-229; Edward T. Hall, *A Linguagem Silenciosa*, Lisboa, Relógio d'Água, 1994 (1959); Edward T. Hall, *A Dimensão Oculta*, Lisboa, Relógio d'Água, 1986 (1966). Destaque-se, nesta última obra, a conhecida distinção entre os quatro tipos de distância – a íntima, a pessoal, a social e a pública – e a sua variação de cultura para cultura, posta em evidência por aquilo a que Hall chama uma "proxémia comparada".

[58] Edward T. Hall, *A Linguagem Silenciosa*, Lisboa, Relógio d'Água, 1994, p. 215. E, num passo de *A Dimensão Oculta* em que a sua proximidade com McLuhan é evidente, acrescenta Hall que o homem "distingue-se de todos os outros animais pelo facto de ter conseguido criar aquilo a que chamarei *prolongamentos* do seu organismo. (. . .) O ordenador é um prolongamento de uma parte do cérebro, como o telefone é um prolongamento da voz e a roda um prolongamento das pernas e dos pés. A linguagem prolonga a experiência no tempo e no espaço, enquanto a escrita prolonga a linguagem humana." Edward T. Hall, *A Dimensão Oculta*, Lisboa, Relógio d'Água, 1986, p. 14.

grande medida, independente da vontade e da consciência dos indivíduos. A "Nova Comunicação" partilha, deste modo, e não necessariamente de forma intencional, com o estruturalismo francês, o pressuposto teórico básico da "dissolução do sujeito"[59] – e que Foucault, negando contudo a sua filiação no estruturalismo, tematiza em *As Palavras e as Coisas* como a "morte do homem" –, que é, simultaneamente, a dissolução do sujeito como fundamento do "sentido".

7.4 A co-presença e os "encontros" (Goffman)

Identificar o contributo do sociólogo Erving Goffman para a teoria da comunicação representa um sério desafio, se tivermos em conta a afirmação de Yves Winkin de que, e dado o facto de não hever "uma coerência óbvia no quadro teórico de Goffman", podendo este ser considerado como "uma espécie de *bricoleur* sociológico", isso faz com que "a aplicação do seu legado pareça fácil à superfície mas seja de facto bastante difícil a um nível mais profundo".[60] Note-se, aliás, que esta crítica a Goffman é bastante frequente, aparecendo também num autor como Joshua Meyrowitz, que afirma:

> [...] ao apresentar uma rica fonte de dados acerca do comportamento, Goffman apresentou observações sem conta mas poucas teorias integradoras. É muito difícil abstrair princípios a partir dos escritos de Goffman, que alguns consideram uma fusão estilística da monografia académica com a novela. De facto, os seus princípios mais importantes são, frequentemente, deixados implícitos ou inseridos subrepticiamente no fim de parágrafos. Para complicar

[59] Cf. Y. Winkin (org.), *La Nueva Comunicación*, Barcelona, Kairós, 1990, pp. 107-113.

[60] Yves Winkin, "Goffman, Erving (1922-1982)", in Erik Barnow *et al.* (eds.), *International Encyclopaedia of Commmunication*, Vol. 2, Nova Iorque, Oxford University Press, 1989, p. 225.

> ainda mais as coisas, Goffman raramente integra um novo trabalho em relação aos seus trabalhos anteriores, e a maior parte dos seus livros não contém índices."[61]

No entanto, parece inegável a importância do conceito de "co-presença", envolvendo a percepção mútua, para a compreensão do conceito de "ambiente cognitivo mútuo", tematizado por autores como Sperber e Wilson; ou a importância da distinção entre "informação transmitida" (*given*) e "informação emitida" (*given off*) – ou, noutros termos, entre comunicação e expressão – para a compreensão do carácter ostensivo-inferencial da comunicação e a ultrapassagem do "modelo do código", que se limita a ver a comunicação como mera transmissão e recepção de mensagens.[62]

Como é sabido, Goffman utiliza as metáforas do drama, do ritual, do jogo e do quadro para descrever a "ordem da interacção" – no que, aliás, alguns dos críticos de Goffman vêem um dos exemplos maiores da sua falta de "sistematicidade". De facto, a utilização destas metáforas tem dado azo a um verdadeiro "conflito de interpretações", que o é também acerca do conjunto da obra de Goffman. Para darmos apenas dois exemplos desse "conflito": i) Clifford Geertz, que vê a sociologia contemporânea, não funcionalista, agrupada em redor das metáforas do jogo, do cenário e do texto, interpreta a sociologia de Goffman em termos da metáfora do jogo;[63] ii) Thomas Scheff vê, em cada uma das metáforas de Goffman, uma "desconstrução" das metáforas que caracterizam a nossa "atitude natural" perante a realidade social – o que

[61] Joshua Meyrowitz, *No Sense of Place*, Nova Iorque, Oxford University Press, 1986, pp. 32-33.

[62] Cf. Dan Sperber, Deirdre Wilson, *La Pertinence. Communication et Cognition,* Paris, Les Éditions de Minuit, 1989.

[63] Cf. Clifford Geertz , "Blurred Genres: the Refiguration of Social Thought", *American Scholar*, vol. 49, N˚ 2, 1980, pp. 165-179, reimpresso em Clifford Geertz, *Local Knowledge. Further Essays in Interpretive Anthropology.* Nova Iorque, Basic Books, 1983, pp. 19-35.

conferirá mesmo, aos trabalhos de Goffman, um cariz (culturalmente) "revolucionário".[64]

Também parece não ser fácil delimitar a perspectiva teórica ou o paradigma subjacente aos trabalhos de Goffman, qualificado ora como um "interaccionista simbólico" ora como um durkheimiano. Assim, em entrevista que lhe foi feita por Josef Verhoeven em 13 de Junho de 1980, mas publicada apenas em 1993,[65] ao ser questionado sobre se se considerava a si próprio como um "interaccionista simbólico", Goffman responde da seguinte forma:

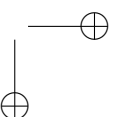
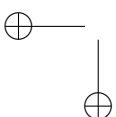
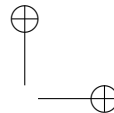
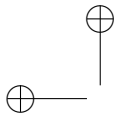
> Eu suponho que sou o que você chama um interaccionista simbólico tanto como qualquer outra pessoa. Mas sou também um funcionalista estrutural no sentido tradicional; assim, se não posso responder a essa questão, é porque não acredito que o rótulo cubra, de facto, alguma coisa... E o que eu fiz até há alguns anos, antes de estar interessado na Sociolinguística, foi uma versão de Etnografia Urbana com Psicologia Social Meadiana.[66]

E algumas páginas adiante, a propósito da "construção social da realidade", acrescenta Goffman:

> Eu acredito, é claro, que o ambiente social é, em grande medida, socialmente construído, embora tenha a certeza de que há alguns aspectos biológicos que têm de ser tomados

[64] Thomas J. Scheff, *The Goffman legacy: deconstructing/reconstructing social science*, Presented at Pacific Sociological Assoc. Annual Meeting, San Francisco, March 31, 2001, http://www.soc.ucsb.edu/faculty/scheff/ 18.html.

[65] Erving Goffman, Josef Verhoeven, "An interview with Erving Goffman", *Research on Language and Social Interaction*, 26:3, 1993, pp. 317-48. A entrevista é amplamente citada e discutida em Horst J. Helle, "Erving Goffman: a symbolic interactionist?", in Luigi Tomasi (ed.), *The Tradition of the Chicago School of Sociology*, England, Ashgate Publishing Limited, USA, Ashgate Publishing Company, 1998, pp. 179-191.

[66] Goffman, Verhoeven, "An interview with Erving Goffman", *ibidem*, p. 318.

> em consideração. Mas aquilo em que eu difiro dos construcionistas sociais é no facto de que não penso que o próprio indivíduo faça muita dessa construção. Antes, ele chega a um mundo que, num sentido ou noutro, se encontra já estabelecido. Assim, nesse aspecto, eu diferirei de pessoas que, nos seus escritos, usam a noção de construção social da realidade. Estou, por conseguinte, mais perto dos funcionalistas estruturais, como Parsons ou Merton. Tal como eles estavam mais perto da antropologia funcionalista inicial.[67]

Esta posição de Goffman, que diríamos a meio caminho entre o interaccionismo simbólico e o estruturo-funcionalismo, é por ele sublinhada também nas suas obras. Assim, e para darmos apenas um exemplo, na introdução de *Interacção Ritual*, ao caracterizar a sua "sociologia das circunstâncias", diz Goffman: "Neste livro, eu coloco a hipótese de que o estudo conveniente das interacções se interessa, não pelo indivíduo e pela sua psicologia, mas antes pelas relações sintácticas que unem as acções de diversas pessoas mutuamente em presença"; o que intereessa é, portanto, "não os homens e os seus momentos; mas antes os momentos e os seus homens."[68] Uma posição que, um pouco mais adiante, a mesma obra coloca da seguinte forma:

A natureza humana universal não é uma realidade muito humana. Ao adquiri-la, a pessoa torna-se uma espécie de construção, que não se desenvolve a partir de tendências psíquicas interiores, mas é elaborada a partir de regras morais que lhe são imprimidas do exterior. Essas regras determinam a avaliação pessoal e dos outros, a repartição dos sentimentos e os tipos de práticas empregues para manter um equilíbrio ritual de um género definido e obrigatório.[69]

[67] Goffman, Verhoeven, *ibidem*, p. 324.

[68] Erving Goffman, *Les Rites d'Intéraction*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1998, p. 8.

[69] Goffman, *ibidem*, pp. 41-2.

A escolhermos um autor de que Goffman esteja próximo, ele seria menos Mead ou Durkheim e mais Georg Simmel e a sua sociologia "formal" e "microscópica"; não admira assim que, no Prefácio de *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, e ao descrever o seu método, encontre analogia com o de Simmel.[70]

Dado o seu carácter eminentemente de *work in progress*, mudando de perspectiva, de descrição e mesmo de linguagem de obra para obra, torna-se praticamente impossível fazer um resumo do conjunto da obra de Goffman ou, em alternativa, resumir cada uma das suas obras para dar conta da evolução que vai havendo. Remeter-nos-emos aqui, por isso, à obra *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias* e, mais especificamente, à sua introdução – que Goffman considera como "necessariamente muito abstracta, podendo o leitor, se assim o entender, 'saltar' as páginas que a integram".[71] Ora, é precisamente este carácter "abstracto" da introdução que suscita o nosso interesse, na medida em que nos fornece o quadro teórico da obra, de que o resto pode ser considerado como um conjunto de exemplos e ilustrações –incluindo a conhecida distinção entre "região de fachada" e "região de fundo" ou "bastidores".

De forma significativa, Goffman faz anteceder a obra propriamente dita de uma citação de George Santayana em que se afirma, a dado passo: "As palavras e as imagens são como conchas, partes não menos integrantes da natureza do que as substâncias que protegem, mas mais dirigidas ao olhar e mais expostas à observação."[72] Descrever o que acontece quando, através de "palavras" e "imagens", os indivíduos se encontram sujeitos ao "olhar" e à "observação" uns dos outros – aquilo

[70] "A justificação deste modo de proceder (que penso ser também a justificação a que Simmel procede acerca do seu método) está no facto de o conjunto de exemplos apresentados se articular num quadro coerente (. . .)." (Erving Goffman, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias* (1959), Lisboa, Relógio D'Água, 1993, p. 10).

[71] Goffman, *ibidem*, p. 10.

[72] George Santayana, citado por Goffman, *ibidem*, p. 7.

a que Goffman chama os "encontros" ou situações de interacção –[73] constitui, portanto, o objectivo essencial que Goffman se propõe nesta sua obra. A perspectiva de análise – a metáfora – que aqui é posta em acção é, explicitamente, a da representação teatral, mais especificamente a do drama:

> Considerarei o modo como o indivíduo em situações de trabalho habituais se apresenta a si próprio e à sua actividade perante os outros, as maneiras como orienta e controla as impressões que os outros formam dele, as diferentes coisas que poderá fazer ou não fazer enquanto desempenha perante os outros o seu papel.[74]

É claro que o modelo dramatúrgico aplicado à vida social tem, entre outras, as limitações de que, na vida real os comportamentos não são simulados e, sobretudo, não há três partes – o actor, os outros actores e a assistência –, mas apenas duas, funcionando cada um dos indivíduos, simultaneamente, como actor e como (elemento da) assistência.[75]

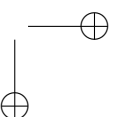
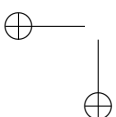
Em relação ao que acontece aquando de um "encontro", Goffman parte da constatação seguinte: "Quando um indivíduo surge na presença de outros, estes habitualmente procuram obter informações sobre ele ou recorrer a informações que já possuam a seu respeito."[76] A razão desta procura de informações sobre o indivíduo por parte dos outros reside na necessidade que estes têm de "definir a situação", de saberem o que espera deles o indivíduo e darem a saber, ao indivíduo, o que dele esperam – um conhecimento de expectativas mútuas que é condição *sine qua non* para o ajustamento dos comportamentos dos envolvidos na interacção. Numa tal situação, os indícios que os outros podem ter acerca do indivíduo – indícios derivados da sua aparência, do seu comportamento ou mesmo de contactos anteriores, tudo isto filtrado pela

[73] Ver definição em nota anterior.
[74] Goffman, *ibidem*, p. 9.
[75] Cf. Goffman, *ibidem*, pp. 9-10.
[76] Goffman, *ibidem*, p. 11.

experiência de casos semelhantes – não são suficientes para eles obterem, com absoluta certeza, a informação necessária à orientação do seu comportamento. Por isso mesmo, "o indivíduo terá de agir de modo a, intencionalmente ou não intencionalmente, se *expressar* a si próprio, ao passo que os outros deverão ser de algum modo *impressionados* por ele"[77] – isto é, o indivíduo terá de fornecer aos outros determinados signos que os levem a pensar dele e do seu comportamento uma coisa e não outra.

A expressividade do indivíduo – a sua "capacidade de suscitar impressões" – pode assumir duas formas: "a expressão que *transmite* e a expressão que *emite*"[78] ou, como também lhes chama Goffman, "expressões transmitidas" (*given*) e "expressões emitidas" (*given off*).[79] A primeira é a comunicação em sentido restrito, limitado ou tradicional, e que se traduz na transmissão propositada de uma certa informação através da linguagem verbal ou afim; a segunda, a comunicação em sentido amplo, "inclui o âmbito muito vasto da acção que os outros poderão considerar como sintomática em relação ao actor, contando-se que tal acção se realize por razões diferentes da informação assim veiculada";[80] como esclarece ainda Goffman, as "expressões emitidas" são "de tipo mais teatral e contextual, de tipo preferencialmente não verbal e aparentemente não intencional".[81] Note-se, no entanto, que o indivíduo pode transmitir informações verdadeiras ou falsas através de ambas as formas de comunicação: a transmissão de falsas informações através da primeira forma de comunicação é a fraude; através da segunda, a dissimulação.[82]

Quanto situado perante os outros, a actividade do indivíduo assume "um carácter de promessa"[83]– que pode ser considerada fiável ou não,

[77] Goffman, *ibidem*, p. 12.
[78] Goffman, *ibidem*, p. 12.
[79] Goffman, *ibidem*, p. 15.
[80] Goffman, *ibidem*, pp. 12-3.
[81] Goffman, *ibidem*, p. 15.
[82] Goffman, *ibidem*, p. 13.
[83] Goffman, ibidem, p. 13.

quebrada ou mantida. Isto significa também que, por muito grande que seja a informação que os indivíduos têm uns acerca dos outros – mesmo que os conheçam previamente –, a sua actividade será sempre de natureza inferencial, será sempre mais ou menos probabilística.

O indivíduo pode visar objectivos múltiplos e diversos em relação aos outros perante os quais se encontra – provocar "boa impressão", lisonjeá-los, enganá-los, etc.; mas, qualquer que seja o seu objectivo, ele terá de "controlar o comportamento dos outros e especialmente a maneira como, respondendo-lhe, o tratam".[84] Isto implica que o indivíduo vá fornecendo aos outros a informação apropriada, de forma a influir na sua "definição da situação", tentando que esta se vá tornando o mais favorável possível aos seus propósitos; um processo que Goffman ilustra com o exemplo seguinte: "Se as companheiras de quarto de uma jovem num internato fizerem depender a popularidade desta do número de telefonemas que ela recebe, poderemos suspeitar que certas jovens arranjarão maneira de receber um número razoável de telefonemas (...)".[85]

O indivíduo pode ou não ter sucesso na definição da situação; no entanto, a partir do momento em que os outros agem como se o indivíduo tivesse produzido uma certa definição da situação, podemos concluir que a definição pretendida foi, efectivamente, produzida – adoptando assim Goffman, em relação a esta questão, um "ponto de vista funcional ou pragmático".[86]

Os outros co-presentes num "encontro" podem dividir a comunicação do indivíduo, a *expressão*, em duas partes: a expressão transmitida, verbal, intencional, e que o indivíduo pode manipular a seu bel-prazer; e as expressões emitidas, não controláveis pelo indivíduo e em grande parte mesmo inconscientes, procurando aferir a validade da primeira confrontando-a com as segundas. Surge, assim, "uma assimetria fundamental do processo de comunicação, com o indivíduo presumivel-

[84] Goffman, *ibidem*, p. 14.
[85] Goffman, *ibidem*, p. 14.
[86] Goffman, *ibidem*, p. 17.

mente consciente apenas de um dos fluxos do que comunica, e com a testemunha consciente desse fluxo e de um outro, simultâneo."[87] Mas, conhecendo essa possibilidade por parte da "testemunha", o indivíduo que se expressa pode manipular consciente e voluntariamente o fluxo da comunicação emitida, dando a ideia de que ela continua a ser "inconsciente" e "involuntária". Deste modo, o indivíduo restabelece a "simetria do processo de comunicação", instalando "o palco de uma espécie de jogo de informação – um ciclo potencialmente indefinido de simulação, descoberta, falsas revelações e redescobertas".[88] Este processo pode multiplicar-se de forma indefinida, da assimetria à simetria, desta a nova assimetria e assim sucessivamente. De qualquer modo, e na opinião de Goffman, a vantagem acabará por pender para o lado da "testemunha", pelo que "a assimetria inicial do processo de comunicação continuará a ser o quadro mais frequente".[89]

Tal como o indivíduo projecta a sua definição da situação, também os outros com os quais interage projectam a sua – sendo a regra na interacção a sintonia entre as várias definições em presença, que se mantém desde que não ocorram "contradições manifestas". Isto não significa, obviamente, que haja um consenso pleno entre todos os indivíduos sobre "o que existe", mas tão-só sobre a definição da situação, emergindo aquilo a que Goffman chama um "consenso operacional" (ou "funcional"):

> No seu conjunto, os participantes contribuem para uma única definição global da situação que implica não tanto um real acordo sobre o que existe como um acordo acerca de que pretensões sobre determinados problemas deverão concentrar temporariamente as atenções. Existirá também um acordo efectivo sobre a conveniência de evitar qualquer conflito aberto sobre as definições da situação. Referir-me-

[87] Goffman, *ibidem*, p. 18.
[88] Goffman, *ibidem*, p. 19.
[89] Goffman, *ibidem*, p. 20.

> ei a este nível de acordo chamando-lhe "consenso operacional".[90]

A informação inicial que o indivíduo tem ou adquire em relação aos outros participantes no "encontro", e que lhe permite definir a definição inicial, é fundamental – ela vai determinar a forma como o indivíduo vai ter de continuar a apresentar-se perante aqueles; o que explica, também, porque é que as "primeiras impressões" têm uma importância crucial na vida quotidiana. Quanto surge uma contradição entre o comportamento dos participantes no "encontro" e a sua definição inicial de situação, a interacção torna-se problemática, podendo mesmo chegar ao fim ou, pelo menos, obrigar à exclusão de um ou outro participante.

A projecção da definição da situação pelo indivíduo tem um aspecto moral, assente em dois princípios fundamentais – que são os princípios em que assenta a própria sociedade, que acaba por ter, assim, um fundamento moral. O primeiro princípio é o de que "qualquer indivíduo possuidor de certas características sociais tem o direito moral a esperar que os outros o apreciem e tratem de modo correspondente"; o segundo, ligado ao anterior, é o de que "um indivíduo que de maneira implícita ou explícita, indica que possui certas características sociais deverá de facto ser aquilo que declara ser".[91] Assim, quando o indivíduo projecta uma certa definição da situação perante os outros, e diz de forma explícita ou implícita "Eu sou isto", coloca os outros perante a exigência moral de o tratarem de acordo com aquilo que diz que é, mas, ao mesmo tempo, renuncia perante esses outros a ser algo diferente daquilo que diz que é.

Para salvaguardar a projecção da definição de situação de um indivíduo, e evitar eventuais perturbações na interacção, os participantes num "encontro" podem mobilizar determinadas "práticas defensivas" – utilizadas pelo próprio indivíduo – e "práticas de protecção" ou "de tacto" – utilizadas pelos outros.[92]

[90] Goffman, *ibidem*, pp. 20-21.
[91] Goffman, *ibidem*, p. 24.
[92] Cf. Goffman, *ibidem*, pp. 24-5.

Capítulo 8

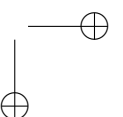
A comunicação de massa e os *mass media*

8.1 Da comunicação de massa como problema ao problema dos "efeitos"

Como sublinha John Thompson, o advento da comunicação de massa – "a mediatização da cultura" - é, a par do desenvolvimento do capitalismo industrial e do advento do estado-nação, uma característica constitutiva fundamental das sociedades modernas.[1]

Essa comunicação de massa é definida, por Thompson, a partir de quatro características fundamentais:

i) A produção e a difusão de bens simbólicos – que envolvem, nomeadamente, a codificação e a fixação dos bens simbólicos como informação, que é armazenada, distribuída e descodificada pelos potenciais destinatários. Esta transformação dos bens simbólicos em informação permite que eles se tornem indefinidamente reprodutíveis e sejam, as-

[1] Cf. John Thompson, *Ideology and the Modern Culture*, Cambridge, Polity Press, 1996, p. 215 *et passim*. O tema é retomado por Thompson em *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, Cambridge, Polity Press, 1996.

sim, disponibilizados como mercadorias a uma massa indefinida de receptores.

ii) A cisão entre a produção e a recepção dos bens simbólicos – os meios de comunicação de massa generalizam um processo que, de facto, já acontecia com a escrita – a mediação dos bens simbólicos pelos meios técnicos em que são fixados e pelos quais são transmitidos. Este processo, que vai fundamentalmente no sentido do produtor para os receptores, implica uma indeterminação em relação às respostas destes últimos.

iii) A extensão da disponibilidade das formas simbólicas no tempo e no espaço – as comunicações de massa prolongam, neste aspecto, o que também já sucedia com a escrita e não só, dado que todas as formas de transmissão cultural envolvem uma distanciação no espaço-tempo.

iv) A circulação pública das formas simbólicas – ao contrário do que acontece com meios como o telefone, as formas simbólicas transmitidas pela comunicação de massa destinam-se a uma pluralidade indeterminada de receptores, estando disponíveis para todos indivíduos que disponham dos meios técnicos, capacidades e recursos para os adquirir; circulam, portanto, no chamado "espaço público".[2]

Se é verdade que autores como Habermas vêem no desenvolvimento da comunicação de massa e de meios como a *penny press*, o cinema, a rádio e a televisão a "re-feudalização da esfera pública" – de uma "esfera pública" que, de facto, nunca foi mais do que um ideal burguês e iluminista -, não é menos verdade que essa comunicação e esses meios permitem fazer chegar, potencialmente, a todos os homens de todos os lugares e condições, as informações, as notícias, mesmo as diversões que permitem a sua integração no todo social; nesse aspecto, os meios de comunicação de massa atingiram uma tal importância nas sociedades modernas que Luhmann pôde mesmo afirmar que "tudo o que sabemos sobre a sociedade e ainda o que sabemos sobre o mundo, sabemo-lo através dos meios de comunicação de massa".[3] Acresce, a

[2] Cf. Thompson, *Ideology and the Modern Culture*, pp. 219-22.

[3] "Whatever we know about our society, or indeed the world in which we live in,

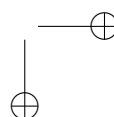
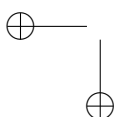
isso, que os meios de comunicação de massa não só não substituíram a interacção pessoal, directa e face a face que caracteriza o "mundo da vida" como, em certa medida, vieram trazer novas oportunidades para essa interacção – como acontece, por exemplo, quando um grupo de amigos se encontra ao jantar para assistir a uma emissão televisiva de um jogo de futebol, ou, ainda, os colegas de trabalho discutem o episódio de telenovela do serão anterior.

A emergência dos meios de comunicação de massa leva à emergência da pesquisa sobre esses meios, e esta é, desde os seus inícios, pesquisa sobre os "efeitos" – como se verifica, precisamente, na *communication research* americana que emerge nas primeiras décadas do século XX.

É um facto que, numa primeira fase, que vai até aos inícios dos anos 40 do século XX, a *communication research* – e, nomeadamente, teorias como a "teoria hipodérmica" de Lasswell ou a "análise de conteúdo" de Berelson – entendeu esses efeitos como efeitos ilimitados, directos e imediatos que, de facto, não se verificam; pelo que, numa segunda fase, esses efeitos viriam a ser recusados e/ou entendidos como limitados, indirectos e mediatos – nomeadamente por teorias como a do *two-step flow* (Lazarsfeld, Katz), do *gatekeeping* (Lewin, White) ou do *agenda-setting* (Cohen, McCombs e Shaw). De qualquer modo, forçoso é concluir que a problemática dos "efeitos" dos *mass media* acabou por dominar não só toda a sociologia da comunicação[4] como a generalidade dos estudos de comunicação – até porque, durante várias décadas, os segundos se confundiram, em grande medida, com a primeira.

Esta problemática continua a ter hoje toda a sua relevância, na medida em que parece cada vez mais evidente a importância que os dispositivos mediáticos têm vindo a assumir, "ao ponto de terem já con-

we know through the mass media." Niklas Luhmann, *The Reality of the Mass Media*, Stanford, Stanford University Press, 2000, p. 1.

[4] Cf. João Pissarra Esteves, *Comunicação e Sociedade. Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*, Lisboa, Livros Horizonte, 2002, p. 13.

seguido ocupar uma posição cimeira (se não mesmo hegemónica) ao nível da comunicação pública, e até, em termos mais gerais, em muitos outros pontos e planos dessa imensa estrutura reticular que constitui hoje as nossa sociedades".[5] Nos pontos que se seguem recapitulamos esta problemática analisando as suas origens em Le Bon, a sua formulação clássica na "teoria hipodérmica", a discussão – e recusa – desta teoria pela teoria do *two-step flow of communication*, e a discussão desta última por teorias e paradigmas alternativos. Terminamos a unidade com a apresentação da teoria de Luhmann acerca dos meios de comunicação de massa – uma escolha que se justifica porque, por um lado, ela instala os *mass media* no cerne da sociedade e, por outro lado, enfatiza o carácter de "construção da realidade" que tais *media* possuem.

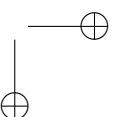
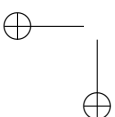
8.2 A "era das multidões" e os *mass media* (Gustave Le Bon)

Na obra – *A Psicologia das Multidões* – em que anuncia a "era das multidões" e o poder destas em todos os domínios da vida social moderna, mormente no político, o psicossociólogo Gustave Le Bon anuncia, simultaneamente, o papel dos "condutores das multidões".[6] Estes, desde que dotados do prestígio devido, impõem-se às multidões através de três mecanismos essenciais: a afirmação, a repetição e o contágio, que pode fazer-se presencialmente ou à distância.[7] O modelo introduzido por Le Bon é, claramente, o da sugestão hipnótica, assente na fascinação das multidões pela pessoa do "condutor".

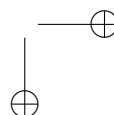
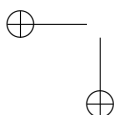
Isto explicará porque é que, ao referir-se à variabilidade das opi-

[5] João Pissarra Esteves, *Espaço Público e Democracia*, Lisboa, Colibri, 2003, p. 145.

[6] Cf. Gustave Le Bon, *Psicologia das Multidões*, Lisboa, Delraux, 1980 (1895) "Introdução", p. 13 *et passim*.

[7] Cf. Le Bon, *ibidem*, Livro II, Capítulo III, pp. 124 ss.

niões das multidões, o mesmo Le Bon vê a imprensa – que considera como um dos factores daquela variabilidade – não como um meio de propagar e fixar opiniões mas, pelo contrário, como um meio de destruir, sucessivamente, todas as opiniões. A razão é que, diz, a imprensa "constantemente coloca sob os olhos das multidões as opiniões mais opostas. As sugestões provocadas por cada opinião são logo destruídas por sugestões contrárias. Assim, nenhuma opinião chega a ser propagada e todas estão votadas a uma existência efémera, morrendo antes de terem sido suficientemente divulgadas para se generalizarem."[8] Deste modo, longe de as opiniões das multidões serem reflexos dos jornais, o que acontece é que os próprios "jornais não são mais do que reflexos da opinião"; a imprensa, "noutros tempos orientadora da opinião, foi, tal como os governos, obrigada a apagar-se perante o domínio das multidões".[9] A influência que a imprensa mantém – apesar de tudo, "ainda uma influência considerável" – resulta, tão-só, de que "representa exclusivamente o reflexo das opiniões populares e das suas incessantes variações."[10]

Esta verdadeira submissão da imprensa às opiniões das multidões tem uma motivação essencialmente económica. É para que as multidões não deixem de os comprar que os jornais são obrigados a transformar-se "em meras folhas de informação, onde abundam crónicas divertidas, mexericos mundanos e propaganda financeira", abdicando de propor opiniões ou recomendações a "leitores que apenas desejam ser informados e divertidos".[11] E, como que antecipando a visão de Luhmann sobre a chamada "opinião pública" e a relação – de auto-monitorização – do poder político com ela, diz Le Bon: "Auscultar a opinião passou a ser a preocupação principal da imprensa e dos governos; o que interessa saber é qual será o efeito de determinado acontecimento, determinado projecto legislativo ou discurso, e isto não é fácil pois nada há de tão

[8] Cf. Le Bon, *ibidem*, Livro II, Capítulo IV, pp. 149-150; sobre esta questão ver pp. 149 ss.
[9] Le Bon, *ibidem*, p. 150.
[10] Le Bon, *ibidem*, p. 151.
[11] Le Bon, *ibidem*, p. 151.

móvel e variável como o pensamento das multidões."[12] Contudo, Le Bon – não sem alguma ironia – não deixa de ver algo de positivo nesta "erosão geral das opiniões" para que a imprensa contribui: impedir que uma única opinião, impondo-se junto das multidões, ficasse "investida de um tal poder tirânico que tudo se curvaria diante dela e a época da livre discussão ficaria encerrada por muito tempo".[13]

Em obra – *As Opiniões e as Crenças* – publicada escassos anos mais tarde,[14] a posição de Le Bon acerca da imprensa e da sua relação com as multidões parece ter sofrido uma alteração radical – e isto apesar de reafirmar, aí, o essencial da sua concepção acerca da "era das multidões" e da sugestão como meio de influência sobre essas mesmas multidões: "A grande maioria das nossas opiniões e crenças, políticas, religiosas e sociais são o resultado de sugestões".[15] A sugestão, que pode ser provocada por meios não racionais, e será mesmo predominantemente não racional, leva a obedecer, não se confundindo, portanto, com o convencimento racional, que não leva a obedecer.[16] A sugestão tem diversos graus de intensidade, que vão "desde a acção ligeira do vendedor, procurando fazer-nos adquirir uma mercadoria, até à exercida pelo hipnotizador sobre o neuropata, obedecendo cegamente a todas as vontades daquele. Em política, o hipnotizador chama-se condutor."[17]

Embora admita que a influência de jornais e livros continua a ser "inferior à do discurso", Le Bon não deixa de sublinhar – o que é novo

[12] Le Bon, *ibidem*, pp. 151-2.

[13] Le Bon, *ibidem*, p. 153.

[14] Cf. Gustave Le Bon, *Les Opinions et les Croyances. Genèse, Évolution*, Paris, Ernest Fammarion, 1918 (1911), Edição electrónica Les Classiques des Sciences Sociales, http://www.uqac.uquebec.ca/zone 30/Classiques_des_sciences_sociales/ index.html.

[15] Le Bon, *ibidem*, Livro V, Capítulo II, §1, p. 106.

[16] "A sugestão é, na realidade, o poder de persuasão exercido não apenas pelas ideias, mas por uma causa qualquer: afirmação, prestígio, etc. As ideias por si só e o raciocínio têm, pelo contrário, uma virtude sugestiva muito fraca. Convencer não é, de modo algum, sugerir. Uma sugestão faz obedecer. Um raciocínio pode persuadir, mas não obriga a ceder." Le Bon, *ibidem*.

[17] Le Bon, *ibidem*, p. 107.

em relação a *A Psicologia das Multidões* –, que "os jornais e os livros exercem sobre o nascimento e a propagação das opiniões uma influência imensa"; e que, no que se refere aos meios impresso, "os livros agem menos do que os jornais, já que a multidão não os lê".[18] Tal não obsta, contudo, a que Le Bon reconheça a influência enorme de livros como as obras de Rousseau, Robinson Crusoe, Júlio Verne ou *A Cabana do Pai Tomás*. No entanto, e por paradoxal que isso possa parecer, a influência dos livros era maior quando se lia pouco – tendo os livros perdido poder de influência a favor dos jornais. Estes terão ganho um tal grau de influência que não só determinam totalmente as opiniões dos seus leitores como adquiriram a capacidade de desencadear a guerra (ou de manter a paz).[19] É possível, a partir daqui, colocar a hipótese de um poder – económico, mas talvez também político – exercer a sua dominação num país através da influência do conjunto dos seus jornais.[20] E, sendo os governos conscientes deste "poder soberano da imprensa", "o sonho de cada politico é o de possuir um jornal de grande difusão".[21]

Um dos domínios em que melhor se pode observar a forma como os jornais influenciam a génese das opiniões é, segundo Le Bon, o dos anúncios, o da publicidade: "A publicidade, sob a forma de anúncios, é um dos principais meios de persuasão colectiva da idade moderna."[22] Ela recorre aos processos de sugestão – de génese e de alteração das opiniões – que Le Bon já tinha descrito em *A Psicologia das Multidões*,

---

[18] Le Bon, *ibidem*, Livro VII, Capítulo IV §1, p. 158.

[19] "Incalculáveis são as pessoas que nunca tiveram outras opiniões que não as do seu jornal. A sugestão das folhas quotidianas manifesta-se até em muitos acontecimentos modernos. É reconhecido de forma bastante generalizada que a guerra dos Estados Unidos com a Espanha foi obra de alguns jornalistas." Le Bon, *ibidem*, p. 159. Noutro passo, acrescenta Le Bon: "A credulidade dos leitores a respeito do seu jornal é prodigiosa." *Ibidem*.

[20] "Se, por uma hipótese cuja realização não é talvez impossível, um banqueiro suficientemente rico comprasse todos os jornais de um país, ele seria o seu verdadeiro senhor e provocaria à vontade a paz ou a guerra." Le Bon, *ibidem*.

[21] Le Bon, *ibidem*.

[22] Le Bon, *ibidem*, §2, p. 160.

nomeadamente a afirmação, a repetição e o contágio e, obviamente, o prestígio (de quem publicita, da marca publicitada), aos quais haverá que acrescentar a ilustração e o "método comparativo pela imagem".[23]

E a afirmação de Le Bon de que na "psicologia do anúncio" estão contidos "os elementos essenciais dessa grande arte de persuadir, de onde deriva a dominação dos indivíduos e dos povos e a fundação das crenças"[24] pode ser interpretada pelo menos de duas formas distintas: a primeira, a de que a "psicologia do anúncio" acaba por ser a concretização, nos novos tempos, dessa velha arte de persuadir a que se tem vindo a chamar retórica – fazendo assim pensar naquilo a que António Fidalgo tem vindo a chamar uma "retórica mediatizada";[25] a segunda, a de que o modelo adoptado pelos jornais se tornou, de forma crescente, o modelo publicitário – que tem na atracção e na fascinação, nomeadamente visuais, a sua verdadeira força de persuasão. Ambas as interpretações, apesar de distintas, acabam por configurar uma mesma realidade – a daquilo a que, primeiro na América, se veio a chamar os *mass media*.

8.3 A articulação entre a comunicação de massa e a comunicação interpessoal: a teoria do *two-step flow of communication*

A teoria de Le Bon, que acabámos de expor – referimo-nos sobretudo à obra *As Opiniões e as Crenças* –, pode ser vista, ao mesmo tempo, como uma percursora e um paradigma das teorias a que se veio, posteriormente, a chamar "teorias dos efeitos ilimitados", e de que a "teoria

[23] Cf. Le Bon, *ibidem*, pp. 160-1.

[24] Le Bon, *ibidem*, p. 161.

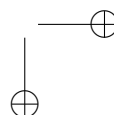
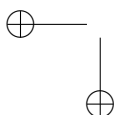
[25] António Fidalgo, "Informação e persuasão. Recuperar a Retórica para os Estudos de Comunicação". Palestra proferida na Unisinos em 22 de Novembro de 2004, aquando da comemoração dos 10 anos do PPG em Ciências da Comunicação.

da agulha hipodérmica" ou "teoria da bala mágica" é uma das ilustrações mais conhecidas.

Esta teoria, que emerge nos Estados Unidos nos anos 20 e 30 do século XX, está essencialmente preocupada com o estudo da propaganda veiculada pelos *mass media*, nomeadamente o jornal, o cinema e a rádio, incluindo obras como *Public Opinion*, de Lippmann, *Propaganda Technique in the World War*, de Lasswell, *The Rape of the Masses*, de Tchakhotine, *Psychology of Propaganda*, de Doobs, *Psichology of Social Movements*, de Cantril e *Propaganda in the Next War*, de Rogerson.[26] Uma tal teoria assenta num concepção muito precisa da natureza da sociedade (sociologia), dos meios de comunicação (mediologia) e dos indivíduos (psicologia). Assim, a sociedade é uma sociedade de massas, constituída por um conjunto de indivíduos mais ou menos homogéneos, atomizados e anómicos; os meios de comunicação são comparáveis a "agulhas" ou "revólveres" que injectam os seus conteúdos ou disparam as suas balas – as suas mensagens –, de forma directa e imediata, nos indivíduos; os indivíduos são uma massa mais ou menos moldável que recebe, de forma passiva, e é influenciada, de maneira uniforme, pelas mensagens dos *mass media*.

Todas estas concepções foram postas em causa pelas investigações levadas a cabo no âmbito do *Bureau of Applied Social Research*, fundado em 1941 na Universidade de Colúmbia por Paul Lazarsfeld - que fora já, desde 1938, responsável pelo *Princeton Radio Project*. Essas investigações vieram a culminar na formulação da hipótese do "fluxo de comunicação em dois níveis" (*two-step flow of communication*); uma hipótese que, sugerida na conclusão de *The People's Choice*, publicado por Lazarsfeld, Berelson e Gaudet em 1944, aparece afirmada de forma plena em *Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*, publicado por Lazarsfeld e Katz em 1948.

Referindo-se à hipótese colocada por Lazarsfeld, Berelson e Gaudet

[26] Cf. Mauro Wolf, *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Presença, 1995, p. 21.

na conclusão de *The People's Choice*,[27] e que os leva a pôr em questão o carácter ilimitado, directo e imediato da influência dos *mass media*, diz Katz:

> Estes autores propuseram como provável que as influências transmitidas pelos meios de comunicação de massa alcançam primeiro os "líderes de opinião" e que estes, por sua vez, transmitem o que lêem e ouvem a grupos que lhes são próximos na sua vida quotidiana, e sobre os quais exercem influência. Esta hipótese foi designada "fluxo de comunicação em dois níveis".[28]

Uma consequência, não despicienda, desta hipótese é a de que a audiência, longe de ser constituída por uma massa de indivíduos isolados uns dos outros, passivos e inermes perante os *mass media*, é composta por "redes de indivíduos interligados", que efectuam a recepção das mensagens mediáticas.[29] Katz resume em três tipos distintos os resultados decorrentes do estudo descrito em *The People's Choice*: i) O impacto da influência pessoal – os contactos interpessoais parecem ter sido mais importantes do que os meios de comunicação de massa no que se refere à influência nas decisões de voto; ii) O fluxo da influência pessoal – em todos os níveis da sociedade encontravam-se determinados "líderes de opinião" que manifestavam maior interesse pelas eleições e influenciavam os seus pares; iii) Os líderes de opinião e os meios de comunicação de massa – os líderes de opinião estavam mais expostos do que os seus pares aos meios de comunicação de massa (jornais, revistas e rádio).[30] São estes três tipos de resultados que permitem a La-

[27] A obra refere-se ao estudo que pretendeu medir a influência dos *mass media*, nomeadamente jornais, revistas e rádio, sobre 600 eleitores de Erie County, Ohio, no decurso da campanha presidencial de 1940.

[28] Elihu Katz, "O fluxo de comunicação em dois níveis: memória actualizada de uma hipótese", in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade. Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*, Lisboa, Livros Horizonte, 2002, p. 61.

[29] Cf. Katz, *ibidem*, p. 61.

[30] Cf. Katz, *ibidem*, pp. 62-3.

zarsfeld, Berelson e Gaudet concluir que "as ideias frequentemente circulam a partir da rádio e da imprensa para líderes de opinião, passando em seguida destes para os sectores menos activos da população".[31]

No entanto, e por dificuldades metodológicas que aqui não aprofundaremos – elas têm a ver, fundamentalmente, com a utilização da entrevista por painel a uma amostra aleatória de indivíduos separados dos seus contextos sociais –, o estudo eleitoral de Ohio County não permitiu dar como provada a hipótese do "fluxo de comunicação em dois níveis" e, nomeadamente, a influência dos contactos interpessoais entre o líder de opinião e os seus pares.[32] Os estudos subsequentes de Lazarsfeld e dos seus colegas procuraram, precisamente, centrar-se na comprovação dessa influência. O mais conhecido e decisivo desses estudos foi efectuado em 1945-6, em Decatur, Illinois, tendo incidido sobre os processos de decisão em matéria de consumo, moda, frequência de salas de cinema e assuntos públicos – sendo as suas conclusões apresentadas por Lazarsfeld e Katz na obra *Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*. A metodologia utilizada neste estudo centrou-se em entrevistas aos "conselheiros" – aos líderes de opinião –, visando determinar a sua influência sobre os "aconselhados"; tais entrevistas mostraram, desde logo, que a relação conselheiro/aconselhado fazia parte de um conjunto mais extenso, o grupo social primário. Uma das principais conclusões do estudo de Decatur é que não há líderes de opinião em termos absolutos – mas que os líderes de opinião o são apenas em tópicos específicos, sendo as alterações de liderança função de factores como o estatuto social, o sexo, a idade, etc., mas também da estrutura e dos valores do próprio grupo social.[33]

O estudo de Decatur terá confirmado, na opinião de Katz, os três tipos de resultados antevistos no estudo de Ohio County, permitindo ainda algumas conclusões adicionais, a saber: i) O impacto da in-

[31] Citado em Katz, *ibidem*, p. 63.
[32] Cf. Katz, *ibidem*, pp. 63-4.
[33] Cf. Katz, *ibidem*, pp. 66-67.

fluência pessoal – a influência pessoal era "mais frequente e efectiva" do que a dos meios de comunicação de massa; como reflexo disso, verificava-se que as opiniões e as acções nos grupos primários eram nitidamente homogéneas; verificou-se, igualmente, que os meios de comunicação de massa contribuem mais para reforçar as predisposições existentes e as decisões já tomadas do que, propriamente, para a mudança de decisões; ii) O fluxo da influência pessoal – os líderes de opinião encontram-se em todos os grupos e extractos sociais, verificando-se uma relação estreita entre o domínio sobre o qual se exerce a influência e a determinação da qualidade de líder ou seguidor; não há normalmente sobreposição de liderança, de tal modo que o líder num domínio é provavelmente seguidor nos restantes; os critérios para o exercício de liderança parecem estar relacionados com os seguintes factores: "a personificação de certos valores (o que se é)", "a competência (o que se sabe)" e "o posicionamento social estratégico (quem se conhece)"; iii) Os líderes de opinião e os meios de comunicação de massa – confirmou-se a hipótese de que os líderes de opinião se encontravam mais expostos aos meios de comunicação de massa do que os indivíduos que eles próprios influenciam; confirmou-se, adicionalmente, que os líderes num certo domínio (por exemplo a moda) estavam mais expostos aos meios de comunicação que se referiam a esse domínio, e ainda, que os líderes não só se encontram mais expostos aos meios de comunicação como são mais influenciados por estes nas suas tomadas de decisão.[34]

O facto de a teoria do "fluxo de comunicação em dois níveis" se ter tornado, segundo Gitlin, o "paradigma dominante" na sociologia dos meios de comunicação social[35] não o isenta de críticas – bem pelo contrário. Assim, o próprio Gitlin lhe faz um conjunto de críticas que podemos resumir nos seguintes pontos: i) Oculta o poder dos *media*,

[34] Cf. Katz, *ibidem*, pp. 69-74.

[35] Cf. Todd Gitlin, "Sociologia dos meios de comunicação social. O paradigma dominante", in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade. Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*, Lisboa, Livros Horizonte, 2002.

ao colocar a ênfase no propalado poder das audiências; ii) Concebe os "efeitos" dos *media* em termos comportamentalistas, observáveis e de curto prazo – as famosas "decisões"; iii) Não se interroga sobre o significado social, político e económico dos *media*, que dá como adquirido; iv) Assenta numa pesquisa de carácter "administrativo" e instrumental.[36]

Algumas destas críticas são feitas também por Melvin DeFleur e Sandra Ball-Rokeach,[37] para quem o maior problema das teorias "da influência selectiva", nomeadamente a do *two-step flow*, reside no facto de elas se concentrarem nos "efeitos" mais ou menos imediatos, directos e a curto prazo, ao invés de procurarem determinar os efeitos mediatos, indirectos e a longo prazo – os efeitos nos indivíduos, na sociedade e na cultura resultantes da socialização ou enculturação produzida pelos *media* (*cultural studies*) ou pelas alterações do conjunto do "mundo da vida" (McLuhan). Para além disso, e no que se refere ao aspecto epistemológico, tais teorias defendem um monismo metodológico de inspiração positivista e neo-positivista, recusando a distinção entre ciências da natureza e ciências do homem – tal como a entendiam autores como Dilthey ou Weber, para quem a questão do sentido e da interpretação era crucial – e procurando a explicação causal, assente na relação entre causas e efeitos, variáveis "independentes" e "dependentes". As metodologias utilizadas são ou as importadas das ciências da natureza, como o método experimental, ou as que podem ser vistas como uma aplicação do método experimental à sociologia, como é o caso das sondagens e do respectivo tratamento estatístico dos dados. Não admira assim que, ao não encontrarem os tais efeitos imediatos, directos e a curto prazo que procuravam, as teorias da "influência selectiva" tenham concluído que os *mass media* teriam efeitos mais ou menos insignificantes sobre as suas audiências. Como referem DeFleur e Ball-Rokeach:

[36] Cf. Gitlin, *ibidem*, pp. 105-6.

[37] Cf. Melvin L. DeFleur, Sandra Ball-Rokeach, *Theories of Mass Communication*, Nova Iorque, Longman, 1988, pp. 202-207.

> Quando a pesquisa baseada nestes paradigmas e métodos falhou em identificar efeitos significativos e imediatos da exposição a e do conteúdo dos *media*, poucos académicos atribuíram os resultados à natureza das teorias subjacentes que guiavam a sua pesquisa ou às metodologias que utilizavam. Em vez disso, chegaram à conclusão de que as comunicações de massa tinham pouco poder para mudar o comportamento humano.[38]

Pela nossa parte, cremos que, apesar de todas estas críticas ao "paradigma dominante", a teoria do *two-step flow of communication* teve a grande virtude de chamar a atenção dos investigadores para a articulação entre a comunicação de massa e a comunicação interpessoal, para o facto de que ambos os tipos de comunicação constituem domínios interdependentes – uma ideia que, segundo Katz, tem a sua origem em Gabriel Tarde, por ele considerado o "antepassado da pesquisa sobre a opinião pública e a comunicação", sobretudo no que se refere ao seu livro *A Opinião e a Multidão*, de 1901.[39]

Em ensaio relativamente recente (1987), e em que procura dar conta da "pesquisa em comunicação desde Lazarsfeld", Katz afirma que "a história desta empresa (...) pode ser descrita como uma série ininterrupta de discussões da tese de Lazarsfeld".[40] Mais concretamente, Ktaz procura caracterizar a forma como se situam, perante a teoria do *two-step flow*, três outros paradigmas alternativos: o institucional, o crítico e o tecnológico. Para isso, e parafraseando uma terminologia posta em voga pela teoria do agendamento (*agenda-setting*), Katz distingue (e

[38] DeFleur, Ball-Rokeach, *ibidem*, p. 207.

[39] Cf. Elihu Katz, "One hundred years of communication research", in José A. Bragança de Miranda, Joel Frederico da Silveira (orgs.), *As Ciências da Comunicação na Viragem do Século*, Actas do I Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Lisboa, Vega, 2002, p. 21.

[40] Elihu Katz, "La investigación en la comunicación desde Lazarsfeld", in Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros, *El Nuevo Espacio Público*, Barcelona, Gedisa, 1998, p. 85 (O ensaio foi publicado originalmente em *Public Opinion Quarterly*, vol. 51, Inverno de 1987).

resume) os diversos paradigmas da seguinte forma: i) Paradigma de Lazarsfeld: pode resumir-se na ideia de que "os meios dizem-nos *aquilo que há que pensar* ou aquilo que há que fazer"; ii) Paradigma institucional – defende que "os meios dizem-nos *aquilo em que há que pensar*"; iii) Paradigma crítico – os meios dizem-nos "*aquilo que há que não pensar*"; iv) Paradigma tecnológico – os meios dizem-nos "*como pensar* ou *a que grupo pertencer*".[41]

A partir daqui, Katz procura caracterizar de forma mais pormenorizada cada um dos paradigmas alternativos ao de Lazarsfeld. Assim, o paradigma institucional coloca a ênfase no papel dos *mass media* enquanto transmissores de informação, acabando por defender, como a teoria do *two-step flow*, que os efeitos dos *mass media* são limitados; a mais conhecida das teorias que se enquadram neste paradigma é a do *agenda-setting*, de Maxwell E. McCombs e Donald L. Shaw, e que diz que os *media* nos dizem "aquilo em que há que pensar".[42] O paradigma crítico, iniciado por Adorno e Horkheimer e representado, mais recentemente, por Todd Gitlin e a sua obra *Media Sociology: the dominant paradigm*, de 1978, acaba por regressar ao modelo da sociedade de massa e à ideia dos efeitos (mais ou menos) ilimitados. De acordo com este paradigma, " a missão hegemónica dos meios não consiste em dizer-nos o que há que pensar ou aquilo em que há que pensar, mas sim o que *não* há que pensar ou aquilo em que não *há* que pensar" –[43] pelo que os meios têm, fundamentalmente, uma função de reprodução da estrutura social, de manutenção do *status quo*. Katz inclui também, neste paradigma, teóricos do *newsmaking* como Gaye Tuchman ou a teórica da "espiral do silêncio" Noëlle-Neuman.[44] Quanto ao paradigma tecnológico, o seu principal representante é McLuhan, incluindo também nomes como Harold Innis, James Carey ou Elizabeth Eisenstein. A ideia essencial deste paradigma pode resumir-se na afirmação de que

[41] Katz, *ibidem*, p. 87.
[42] Cf. Katz, *ibidem*, pp. 87-89.
[43] Katz, *ibidem*, p. 90.
[44] Cf. Katz, *ibidem*, pp. 89-92.

"os atributos essenciais de um meio dominante podem afectar a ordem social; por outras palavras, os meios talvez possam dizer-nos, simultaneamente, *como pensar e como organizar a informação*".[45]

Tendo em conta a caracterização feita, Katz considera legítimo concluir, sobre a teoria do *two-step flow* e os três paradigmas que se lhe pretendem alternativos, que "estas teorias são complementares, que estão sempre à procura de uma conceptualização adequada da ideia de 'efeito' e que, pese embora alguma acrimónia ocasional, permitem uma sã competição".[46]

O que esta conclusão quer dizer é que é hoje mais ou menos consensual, entre os investigadores das ciências da comunicação, que os *mass media* não são inócuos, produzindo determinados "efeitos". No entanto, uma tal conclusão omite que há uma discordância profunda entre os vários investigadores, teorias e paradigmas das ciências da comunicação acerca da natureza e amplitude de tais "efeitos". Há, nomeadamente, uma diferença essencial entre a teoria do *two-step flow of communication*, na formulação que dela é feita por Lazarsfeld e Katz, e os outros três paradigmas referidos por este último autor – e que reside na forma com são, no primeiro e no segundo caso, concebidos os efeitos dos *media*. Não é que tenhamos, de um lado, teorias que defendem efeitos "ilimitados" e, do outro, teorias que defendem efeitos "limitados" – de facto, a recusa da ideia de que a "comunicação" dos produtos mediáticos é um processo mediante o qual um sujeito passivo e amorfo, elemento potencial de uma massa indiferenciada e homogénea,sofre os "efeitos" e adopta os "conteúdos" dos *media* é hoje praticamente da ordem da evidência, justificando mesmo a afirmação de que passámos de um paradigma dos "estudos dos efeitos" a um paradigma dos "estudos de recepção".[47] A diferença reside, sim, no facto de que enquanto que a teoria do *two step flow* defende a existência de efeitos – "limitados"

[45] Katz, *ibidem*, p. 92; para a caracterização do paradigma cf. pp. 92-3.

[46] Katz, *ibidem*, p. 100.

[47] Sobre esta distinção cf. Itânia Maria Mota Gomes, "A atividade do receptor, um modo de se conceber as relações entre Comunicação e Poder", *Revista Intercom*, n.37, s/d, http://www.intercom.org.br/papers.

– de curto prazo e mais ou menos superficiais, a nível das "atitudes" e das "decisões", os três outros paradigmas referidos por Katz concebem esses efeitos como efeitos de longo prazo e profundos – eles terão a ver, fundamentalmente, com a forma como os *media* contribuem para a construção da realidade por parte de indivíduos e sociedades (efeitos cognitivos), a formação das atitudes políticas dos sujeitos perante essa mesma realidade (efeitos políticos) e a alteração dos próprios parâmetros sócio-culturais do mundo em que vivem indivíduos e sociedades (efeitos sócio-culturais).[48]

Uma das primeiras teorias a insistir neste tipo de efeitos – profundos, de longo prazo – foi, como se sabe, a "teoria do agendamento" (*agenda-setting*). Como referem McCombs e Shaw, na síntese clássica da teoria do *agenda-setting* apresentada por Bernard L. Cohen em 1963, esta defende – contra teorias como a "hipodérmica" – que "embora a imprensa, 'na maior parte das vezes, possa não ser bem sucedida ao indicar às pessoas como pensar, é espantosamente eficaz ao dizer aos seus leitores *sobre* o que pensar"'.[49] E, ao fazerem o balanço dos vinte e cincos anos da teoria, os mesmos autores pensam poder ir mais longe, afirmando que "os *media* não só nos dizem *sobre o que* é que podemos pensar, como também nos dizem *como* pensar sobre isso; portanto, consequentemente, *o que* pensar".[50]

Que os *mass media* tenham o poder de impor os temas – e, assim, pelo menos em parte, as formas e os próprios conteúdos do pensamento dos seus destinatários – é, também, uma das teses essenciais de Niklas Lhumann, a cuja teoria nos referiremos em seguida.

[48] Cf. Mauro Wolf, *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Presença, 1995, pp. 126 ss.

[49] Maxwell E. McCombs e Donald L. Shaw, "The Agenda-setting function of mass media", *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, nº 2, 1972, in Nelson Traquina, *O Poder do Jornalismo. Análise e Textos da Teoria do Agendamento*, Coimbra, Minerva, 2000, p. 49.

[50] Maxwell E. McCombs e Donald L. Shaw, "The Evolution of Agenda-setting Research: Twenty Five Years in the Marketplace of Ideas", *Journal of Communication*, Vol. 43, nº 2, 1993, in Nelson Traquina, *ibidem*, p. 134.

8.4 A realidade dos *mass media* (Niklas Luhamnn)

Numa afirmação que pode ser lida na sequência de teorias da modernidade como as de Marx e de Weber, Luhmann afirma que "*fresh money* e nova informação são os motivos centrais da dinâmica da sociedade moderna".[51] Podemos pensar que são precisamente estes os motivos que estão na base do desenvolvimento dos *mass media*. Seja como for, estes assumem uma importância tal nas sociedades modernas que Luhmann afirma, logo no início de *A Realidade dos Meios de Comunicação de Massa*, que "o que sabemos sobre a sociedade e ainda o que sabemos sobre o mundo, sabemo-lo através dos meios de comunicação de massas";[52] uma afirmação que não o impede de afirmar, noutro ponto da mesma obra, e ao referir-se ao exemplo da "desaparição dos bosques" e da sua discussão nos *media,* que "no final se sabe que nada se sabe; apenas se sabe, pelo menos, que há opiniões distintas sobre o assunto".[53]

Esta "difusão da ignorância"[54] não resulta, no entanto, de um carácter supostamente "manipulador" ou "perverso" dos *media*, mas sim da natureza do seu próprio funcionamento enquanto meios de comunicação. Com efeito, eles não se submetem ao código verdadeiro/falso, próprio do sistema da ciência, mas sim ao código informativo/não informativo, que pode não coincidir – e na maior parte das vezes não coincide – com o primeiro, na medida em que a chamada "verdade

[51] Niklas Luhmann, *La Realidad de los Medios de Masas*, Barcelona, Anthropos, 2000, p. 32.

[52] Seguimos aqui a versão inglesa desta frase de Luhmann: "Whatever we know about our society, or indeed the world in which we live in, we know through the mass media." *The Reality of the Mass Media*, Stanford, Stanford University Press, 2000, p.1.

[53] Niklas Luhmann, *La Realidad de los Medios de Masas*, Barcelona, Anthropos, 2000, p. 101.

[54] Sendo minha, esta expressão não anda muito longe dos termos de Luhmann, como adiante se verá.

dos factos” é, para os *media*, sempre uma verdade selectiva: destes e não daqueles “factos”, apresentados de uma certa forma e não de outra, enfatizando determinados aspectos e esquecendo os demais, etc..[55] Prolongando esta análise de Luhmann acerca da distinção entre os códigos da ciência e dos *media*, acrescentaremos nós que enquanto que na ciência a definição de uma verdade (lei científica) acerca de um determinado conjunto de fenómenos permite, em princípio, partir para o estudo de um novo conjunto de fenómenos, nos *media* cada um dos factos” é transformado numa espécie de caleidoscópio do qual é possível ir revelando, a conta-gotas, uma e outra face, até se esgotar toda a novidade “informativa”.

A principal “função” dos *mass media* transparece logo no título da obra que Luhmann lhes dedica especificamente. De facto, o termo “realidade” que aí é utilizado é-o num duplo sentido: por um lado, no sentido em que os *mass media* são uma realidade social, como por exemplo o são o desemprego ou os impostos; por outro lado – e é deste lado que se situa a “função” de que falávamos –, no sentido em que os *mass media* constroem a realidade social de um certa forma, permitem “uma contínua reactualização da descrição da sociedade e do seu horizonte cognitivo do mundo, seja na sua forma consensual seja na sua forma dissensual (por exemplo: quando se trata das verdadeiras causas da extinção dos bosques)”.[56] Não é que essa “construção da realidade social” seja um exclusivo dos *mass media* – de facto, ela é própria de toda a comunicação; o que acontece é que “os meios de comunicação tornam-se necessários quando se trata da difusão expansiva e da apropriação anónima do conhecimento (portanto: irreconhecível)”.[57]

Mas esta realidade construída pelos *mass media* não é uma realidade consensual – a regra nos *media* é mesmo a dissensão e a diversidade das opiniões. No entanto, esta dissensão e esta diversidade de

[55] Cf. Niklas Luhmann, *La Realidad de los Medios de Masas*, Barcelona, Anthropos, 2000, p. 56.

[56] Luhmann, *ibidem,* p. 147.

[57] Luhmann, *ibidem*.

opiniões é possível, e só assim é possível, em volta de um certo conjunto de objectos e temas unificadores. Por outras palavras: o que os *media* – todos e cada um deles – produzem é uma dissensão permanente a nível das opiniões, dando-se o "consenso" apenas a nível dos objectos e temas sobre os quais incidem essas opiniões. É a nível destes últimos que, de facto, a comunicação dos *mass media* pode ser vista como "construção da realidade". Como diz Luhmann, dando um exemplo concreto:

> Os meios de massas trabalham, persistentemente, para o seu próprio descrédito: comentam-se, discutem-se, corrigem-se a si mesmos. O que é definitivo são os temas, e não as opiniões. Sobre o perigo da "desaparição dos bosques" é tanto o que se comenta que no final se sabe que nada se sabe; apenas se sabe, pelo menos, que há opiniões distintas sobre o assunto.[58]

Mas o facto de não poder deixar de haver, na comunicação de massa, uma dialéctica entre consenso e dissensão – de não haver apenas consenso – não significa que a "estabilidade" ou "reprodução" da sociedade esteja em risco; antes pelo contrário. A ideia de Luhmann é a de que a exigência maximalista do consenso, numa sociedade complexa, diferenciada e mutável como a nossa, levaria à auto-destruição da própria sociedade, incapaz de garantir um tal consenso. A estabilidade da sociedade resulta, antes, da produção pelos *media* de um conjunto de objectos/temas unificadores, e que, aceites ou objecto de consenso por indivíduos com os seus "horizontes da experiência " próprios e diversos, podem ser – e devem ser – objecto de opinião e dissensão (ou consenso, se for o caso). Diremos, aliás, que quanto maior a disparidade de opiniões, a dissensão, maior será a força com que se imporão, a todos e a cada um dos indivíduos, os próprios temas/objectos produzidos pelos *media*, maior será a sua relevância. Ou seja, e de forma

[58] Luhmann, *ibidem*, p. 101.

aparentemente paradoxal: quanto maior a dissensão, maior o consenso, e vice-versa. Na criação e manutenção desse paradoxo residirá, precisamente, a principal "função" dos *mass media*.[59] Luhmann demarca-se, também aqui, das teorias que, como a "teoria do agir comunicacional" de Habermas – pelo menos na interpretação que dela faz –, fazem assentar a comunicação no ideal de um consenso. De facto, Luhmann entende a comunicação[60] como uma realidade binária, que tanto pode assumir o valor 1, de aceitação e consenso, como o valor 0, de recusa e dissensão. Se a comunicação se reduzisse apenas ao valor 1, então não seria possível explicarmos porque é que a uma comunicação se segue uma outra comunicação; o valor 0, a recusa, a dissensão, o conflito revela-se, assim, como uma condição essencial à continuação da comunicação, àquilo a que Luhmann chama a "autopoiesis da comunicação".[61] É precisamente este carácter temporal/sequencial e binário da comunicação, e não uma qualquer estrutura de normas, que permite solucionar o problema da "dupla contingência": uma comunicação de *ego* é aceite ou recusada por *alter*, uma comunicação de *alter* é aceite ou recusada por *ego*, de tal modo que *ego* e *alter* vão ajustando a sua comunicação um ao outro e, assim, dando forma à "ordem social".[62]

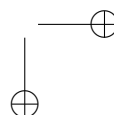
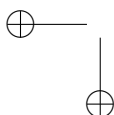
A explicação para o facto de a comunicação e, nomeadamente, a comunicação de massa ter de envolver sempre, também, a possibilidade de dissensão e de recusa, reside, por um lado, na complexidade do meio ambiente do sistema sociedade e, por outro lado, e em virtude dessa mesma complexidade, na existência de observações divergentes, mesmo contraditórias e, obviamente, sempre parciais, dessa mesma complexidade.[63] A complexidade e a divergência de observações que

[59] Cf. Luhmann, *ibidem*, p. 143.

[60] Cf. Niklas Luhmann, *Introducción a la Teoría de Sistemas*, Barcelona, Anthropos, 1996, p. 220; *Sistemas Sociales. Lineamientos para una teoría general*, Barcelona, Anthropos, 1998, especialmente pp. 140-6, 168-70.

[61] Cf. Luhmann, *Introducción a la Teoría de Sistemas*, p. 224.

[62] Cf. Luhmann, *ibidem*, p. 236.

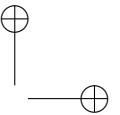
[63] Cf. Niklas Luhmann, *Sistemas Sociales. Lineamientos para una teoría general*, Barcelona, Anthropos, 1998, p. 168.

a acompanha torna-se, deste modo, causa de intransparência ou opacidade da sociedade para si própria; como diz Luhmann, "o sistema sociedade tornou-se altamente complexo, intransparente para si mesmo, recebendo em cada dia uma imensa quantidade de variedade que, na qualidade de estímulo, é transformada em informação".[64]

Na realidade, esta afirmação de Luhmann aplica-se tanto às notícias dos *mass media* como àquilo a que Giddens chama os "sistemas periciais", e que caracterizam a "ordem pós-tradicional" da modernidade.[65] Sirva, como ilustração, o exemplo de Luhmann anteriormente citado:

> Sobre o perigo da "desaparição dos bosques" é tanto o que se comenta, que no final se sabe que nada se sabe; apenas se sabe, pelo menos, que há opiniões distintas sobre o assunto.

É precisamente a complexidade do tema a comentar que permite e obriga a que seja "tanto o que se comenta", isto é, que exista uma profusão de comentários. Mas esta profusão, ao mesmo tempo que torna cada vez mais "transparente" o tema – abordado a partir das perspectivas mais diversas e nas suas múltiplas facetas –, torna-o também cada vez mais intransparente, cada vez mais difícil de definir, levando à conclusão final de que só "se sabe que nada se sabe"; o que permite pensar

[64] Luhmann, *ibidem*, pp. 143-4. Não é que a informação conduza, apenas e necessariamente, à complexidade. De facto, a informação conduz, simultaneamente, à redução da complexidade – enquanto conhecimento de uma selecção e, por conseguinte, exclusão de possibilidades – e ao aumento da complexidade – quando as possibilidades excluídas constituem expectativas negativas ("pensava-se que os párocos seriam sempre homens e, constata-se, de repente: este padre é uma mulher"), abrindo caminho a novas possibilidades ("Haverá que chamar-lhe pároca? Beijar-lhe a mão?"), ou quando a informação apresenta objectos novos, acerca dos quais é necessário ir construindo um esquema de possibilidades que se irá, em seguida, tornando mais preciso. De qualquer modo, o aumento da complexidade é fundamental para que se torne possível "a evolução das formas do sentido dotadas de uma maior capacidade para adquirir e processar informação" Cf. Luhmann, *ibidem*, p. 84-85.

[65] Anthony Giddens, *Modernidade e Identidade Pessoal*, Oeiras, Celta, 1994, p. 16.

na hipótese de que "[o] efeito (quando não a função dos *mass media*) parece consistir na reprodução de intransparência mediante a transparência: reprodução de intransparência de efeito, mediante transparência de conhecimento."[66] Compreende-se, assim, que algumas linhas depois do passo em que afirma que "o que sabemos sobre a sociedade e ainda o que sabemos sobre o mundo, sabemo-lo através dos meios de comunicação de massa", Luhmann acrescente que "sabemos tanto graças aos meios de comunicação de massa que não podemos confiar em tal fonte", e ainda que "poder-se-á saber acerca de tudo, mas sempre com a marca da dúvida".[67]

Uma outra "função" dos *mass media*, derivada já da função de "construção da realidade social", é a "representação" – e não a "produção" – do público, introduzido pelo sistema político em si próprio para o utilizar como "cópia".[68] Com efeito, e como o mostra a "reconstrução" que Luhmann faz do conceito de "opinião pública",[69] o funcionamento dos *media*, mais especificamente da imprensa e do audiovisual, assenta em certas "formas" e "distinções"[70] que "determinam o que é visto e o que não é visto, o que é dito e o que não pode ser dito"[71], de um modo tal que a "evidência" do que é visto e dito – "os temas da opinião pública, as notícias e os comentários na imprensa e no audiovisual" – tem por função esconder e encobrir o que não é visto nem dito, que é apenas o "realmente importante".[72] O que esta "reconstrução"

[66] Niklas Luhmann, *La Realidad de los Medios de Masas*, Barcelona, Anthropos, 2000, p. 147-8.

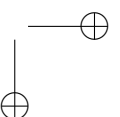
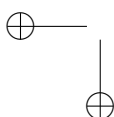
[67] Niklas Luhmann, *The Reality of the Mass Media*, Stanford, Stanford University Press, 2000, pp. 1 e 2, respectivamente.

[68] Cf. Niklas Luhmann, *La Realidade de los Medios de Masa*, Barcelona, Anthropos, 2000, p. 151.

[69] Cf. Niklas Luhmann, "Complexidade societal e opinião pública", in *A Improbabilidade da Comunicação*, Lisboa, Vega, 1993.

[70] Já que, como diz Luhmann, "as formas assentam sempre em distinções". *Ibidem*, p. 77. Luhmann refere-se, nomeadamente, às distinções de tempo (antes/depois, a novidade), de quantidade (mais/menos) e de posições de conflito (a favor/contra).

[71] Luhmann, *ibidem*, p. 83.

[72] Luhmann, *ibidem*, p. 85. Como observa Elisabeth Noelle-Neuman, ainda que

também significa é que o chamado "espaço público mediático", longe de ser um espaço universal e igualitário, é um espaço em que só podem tornar-se visíveis, ser vistos e ouvidos – ser sujeitos e/ou objectos dos "temas", das "notícias" e dos "comentários" de que fala Luhmann –, os indivíduos que se enquadram em *figuras* ou *categorias* muito específicas.[73]

a propósito de um outro texto de Luhmann, esta sua concepção de opinião pública aproxima-se dos resultados a que chegaram os investigadores americanos da comunicação, nomeadamente os ligados à *agenda-setting function*. Cf. Elisabeth Noëlle-Neuman, *La Espiral del Silencio*, Barcelona, Paidós, 1995, pp. 201-202.

[73] Cf. o nosso texto "A Internet e o mito da visibilidade universal", in Eduardo Camilo (org.), *Informação e Comunicação Online*, Volume II, *Internet e Comunicação Promocional*, Covilhã, UBI, 2003, pp. 75-8.

Capítulo 9

A comunicação mediada pela Internet

9.1 Internet e teoria da comunicação

Investigadores tão importantes como Habermas e Luhmann defendem a tese de que a sociedade moderna é, basicamente, comunicação. De facto, como avisa Habermas logo nas primeiras páginas da sua *Teoria do Agir Comunicacional*, esta não é uma meta-teoria, antes "permanece, no seu núcleo, uma teoria da sociedade".[1] Por seu lado, Luhmann afirma, nos seus *Sistemas Sociais*, que "o processo elementar que constitui o social como realidade especial é um processo comunicacional".[2]

Esta concordância em torno da importância social da comunicação

[1] Cf. Jürgen Habermas, *Théorie de l'Agir Communicationnel*, Tome 1, *Rationalité de l'Agir et Rationalisation de la Société*, Paris, Fayard, 1987, p. 11. Como reconhece Luhmann, em certos pontos tão divergente de Habermas, "é um mérito indiscutível de Habermas ter levado este problema [da acção "social"] ao nível da comunicação". Niklas Luhmann, "Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo", in *Organización y Decisión. Autopoiesis, Acción y Entendimiento Comunicativo*, Barcelona, Anthropos, 1997, p. 118.

[2] Niklas Luhmann, *Sistemas Sociales. Lineamientos para una Teoría General*, Barcelona, Anthropos, 1998, p. 141.

não evita, no entanto, a profunda discordância não só entre Habermas e Luhman, como entre muitos outros autores, logo acerca do próprio conceito de "comunicação". Se há domínio das ciências da comunicação em que a multiplicidade e a diversidade são a regra ele é, certamente, o das teorias da comunicação.

Uma das razões fundamentais de tal multiplicidade e diversidade reside, quanto a nós, no facto de que – e ao contrário daquela que é, geralmente, a pretensão do seu autor –, cada teoria da comunicação é a teoria de um determinado tipo de comunicação que, de forma implícita ou explícita, ela toma como modelo e ponto de partida. O mesmo é dizer que cada teoria da comunicação não pode deixar de ser vista como uma descrição unilateral e parcial desse fenómeno mais geral e complexo a que chamamos "comunicação" – pelo que fará todo o sentido aplicar, às teorias da comunicação, aquilo que McQuail e Windahl dizem acerca dos "modelos da comunicação": que são descrições que "simplificam a realidade, seleccionam elementos chave, e indicam relações" mas que, e por isso mesmo, "podem omitir aspectos importantes".[3]

É também a partir desta ideia de que cada teoria da comunicação é a teoria de um determinado tipo de comunicação que convém colocar a questão da relação entre teorias da comunicação e meios de comunicação – tomando aqui a palavra "meios" no sentido amplo que lhe dá McLuhan, de forma a incluir desde a oralidade até às mais recentes "tecnologias da comunicação". Se admitirmos, com McQuail, que "em momentos específicos da história, uma única tecnologia [da comunicação] parece ter tido uma maior influência directa e específica" – dando como exemplos, entre outros, os casos do telégrafo eléctrico, que levou à criação das agências noticiosas mundiais, e o do telefone,

[3] Cf. Denis Mcquail, Sven Windahl, "Models of communication", in Erik Barnow *et al.* (eds.), *International Encyclopedia of Communication*, Volume 3, Nova Iorque, Oxford, Oxford University Press, 1989, p. 36. Sobre este mesmo tema cf., dos mesmos autores, *Modelos de Comunicação para o Estudo da Comunicação de Massas,* Lisboa, Editorial Notícias, 2003.

que facilitou a criação de novas formas de organização do trabalho –[4], teremos de admitir, igualmente, que essa "maior influência" se verifica também, de forma reflexiva, no domínio das teorias da comunicação. De facto, essa "influência" parece evidente em teorias como a "teoria hipodérmica" de Harold Lasswell, que procura dar conta do carácter específico dos meios de comunicação de massa, nomeadamente da rádio, a Teoria Matemática da Comunicação de Claude Shannon, que pretende equacionar determinados problemas ligados ao desenvolvimento do telefone, ou ainda a "teoria cibernética" de Norbert Wiener, que antecipa e promove o desenvolvimento de "máquinas inteligentes" como os computadores.

Sendo um meio relativamente recente, ainda não é perceptível qual a "influência" que a criação e o desenvolvimento da Internet poderá ter no domínio das teorias da comunicação, ou seja, a que teoria da comunicação corresponderá o tipo de comunicação característico do meio Internet. Que uma tal "influência" se verificará – já começou a verificar-se – parece fora de questão, como o implicita a afirmação de Nancy K. Baym de que "uma das coisas mais espantosas acerca da CMC é que ela dá-nos uma oportunidade para repensarmos as teorias da comunicação."[5] É para um tal repensar que se procura contribuir nas páginas que se seguem.

9.2 As visões utópicas sobre a Internet

A criação e o desenvolvimento da Internet ilustram, de forma perfeita, aquela lei que, já há muito tempo, Platão verificara a propósito da escrita, e cuja formulação coloca na boca do rei Tamuz. Este, confrontado com o elogio da escrita feito pelo deus Thot, o seu inventor, que

[4] Cf. Denis McQuail, *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, Londres, Sage Publications, 2002, p. 14.

[5] Nancy K. Baym, "Interpersonal Life Online", in Leah Lievrow, Sonia Livingstone, The Handbook of New Media. Social Shaping and Consequences of ICTs, Londres, Sage Publications, 2002, p. 68.

via naquela o meio para o aumento da sabedoria e fortalecimento da memória dos homens, responde da seguinte forma: "Oh, Thot, mestre incomparável, uma coisa é inventar uma arte, outra julgar os benefícios ou prejuízos que dela advirão para os outros!"[6]

Aplicada à Internet, esta observação pode ser lida de duas formas: uma, no sentido em que a Internet – ou, para sermos mais rigorosos, a sua antepassada Arpanet –, pensada para ser um instrumento político-militar ao serviço da guerra fria, se veio a transformar num meio de comunicação ao serviço da partilha da informação e da comunicação interpessoal, e, pelo menos em princípio, como um instrumento ao serviço da paz e da cooperação entre os homens; outra, no sentido em que a Internet parece ter vindo a tornar-se, nos últimos tempos, em mais um instrumento ao serviço das estratégias de concentração do capitalismo mediático, limitando ou mesmo anulando as suas potencialidades iluministas e libertadoras enquanto meio de comunicação.[7]

Que tenhamos esperado tão pouco ou que esperemos demasiado da Internet como meio de comunicação deve-se, talvez, ao facto de a nossa ingenuidade em relação aos meios de comunicação ser, ainda, praticamente do tamanho da do deus Toth; em acreditarmos que a invenção e

[6] Platão, *Fedro*, 274-e, Lisboa, Guimarães Editores, 1989, p.121.

[7] É esta a posição de McQuail: "No momento em que escrevemos (e assim será ainda durante algum tempo), não é ainda claro quanta mudança e que espécie de mudança trará ou será trazida pelo desenvolvimento do potencial dos novos *media*. O poder não abalado das instituições mediáticas existentes já está a ser demonstrado pelo sucesso crescente das indústrias mediáticas na absorção dos novos *media* e na sua incorporação em estratégias multimédia com extensão global. A comunicação de massa parece ainda florescer (...) e muitos dos usos inovadores da nova tecnologia no que diz respeito à intercomunicação múltipla e sem fronteiras e às oportunidades de "publicar" aparecem, à medida que o tempo passa, como frequentemente marginalizadas ou simplesmente marginais." Denis McQuail, *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, Londres, Sage Publications, 2002,p. 111. No entanto, isso não impede o autor de, dois parágrafos a seguir, afirmar a sua "crença" de que "há algo de intrinsecamente novo acerca das novas tecnologias que mina os monopólios da propriedade e das capacidades de publicação e que alarga as oportunidades para o contacto e a experiência comunicativos."

o desenvolvimento de cada meio de comunicação não só representa um “progresso” – quando não mesmo uma “revolução” – em relação aos anteriores mas também acarreta, de forma mais ou menos mecânica, um “progresso” – ou uma “revolução” – a nível das diversas estruturas da sociedade. Esta é, precisamente, a perspectiva da generalidade dos investigadores que estão na base do desenvolvimento da tecnologia da Internet e, ulteriormente, da WWW.[8]

Assim, um grupo que inclui alguns dos mais importantes criadores da Internet afirma, em *Uma Breve História da Internet*:

> A Internet revolucionou o mundo do computador e das comunicações como nada antes dela. A invenção do telégrafo, telefone, rádio e computador lançaram as bases para esta integração de capacidades sem precedentes. A Internet é, simultaneamente, uma aptidão para emissão a nível mundial, um mecanismo para a disseminação da informação e um *medium* para a colaboração e interacção entre os indivíduos e os seus computadores, sem olhar à localização geográfica.[9]

[8] Mesmo tendo em conta a dificuldade em fixar datas precisas nesta matéria, podemos dizer que o primeiro nó da Internet, cujos desenvolvimentos remontam à fundação da Advanced Research Projects Agency (ARPA), em 1957, foi estabelecido no Network Measurements Center da UCLA em 1969, tendo posteriormente sido estabelecidos outros nós no Stanford Research Institute (SRI), na Universidade de Utah, em Salt Lake City e na UCSB (UC Santa Barbara). Quanto à Web, o documento seminal *Information Management: A Proposal*, foi apresentado por Tim Berners-Lee aos seus superiores do CERN em 1989, tendo a primeira WWW sido posta à disposição do público em 1991. Cf., sobre estes desenvolvimentos: Brian Winston, *Media, Technology and Society. A History From the Telegraph to the Internet*, Londres, Nova Iorque, Routledge, 2000, capítulo 18; Marc Abrams (org.), "World Wide Web: Beyond the Basics", Virginia Polytechnic Institute & State University, 1996, http://ei.cs.vt.edu/~wwwbtb/book/index.html.

[9] Barry M. Leiner, Vinton G. Cerf, David D. Clark, Robert E. Kahn, Leonard Kleinrock, Daniel C. Lynch, Jon Postel, Larry G. Roberts, Stephen Wolff , *A Brief History of the Internet*, http://www.isoc.org/internet/history.

Quanto ao criador da WWW, Tim Berners-Lee, ele enuncia da forma que se segue o "sonho original" da "teia": "A Web foi desenhada para ser um espaço universal de informação (. . .). A universalidade é essencial à Web: ela perde o seu poder se houver certos tipos de coisas em relação às quais nós não pudermos estabelecer uma ligação. (. . .) A Web deveria ser um *medium* para a comunicação entre pessoas: comunicação através do conhecimento partilhado."[10] E, admite noutro lado, "o potencial da mistura de humanos e máquinas trabalhando em conjunto e comunicando através da web poderia ser imenso".[11]

A utopia ciberespacial é levada ao extremo pelos chamados "realistas virtuais", que vêem no ciberespaço uma "nova fronteira", um "novo mundo" aberto à acção dos novos "exploradores" e "colonizadores". É muito ilustrativa, a este respeito, a *Declaração da Independência do Ciberespaço,* proclamada por John Perry Barlow em 1996, como reacção às tentativas de controlo da Net, nomeadamente através do *Telecommunications Reform Act*. Na declaração de Barlow, o ciberespaço é classificado, entre muitas outras coisas, como um "mundo diferente", em que "todos podem entrar sem privilégio ou preconceito concedido pela raça, pelo poder económico, pela força militar ou pelo lugar de nascimento", em que existe total liberdade de expressão e em que tudo o que é criado "pode ser reproduzido e distribuído infinitamente sem qualquer custo". Herdeiros assumidos dos sonhos libertários de "pais fundadores" como Thomas Jefferson e George Washington, Barlow e amigos propõem-se, *apenas*, "criar uma civilização do Espírito no Ciberespaço" – uma civilização que, esperam, "possa ser mais humana e mais justa" do que a construída pelos governos do mundo em que vivemos.[12] Para contribuir activamente para tal finalidade, Barlow criou

[10] Tim Berners-Lee, *Realising the Full Potential of the Web,* 1997, http://www.w3.org/1998/02/Potential. html.

[11] Tim Berners-Lee, *The World Wide Web: A very short personal history*, http://www.w3.org/History. html.

[12] Cf. John Perry Barlow, *A Declaration of the Independence of Cyberspace*, 1996, http://www.eff.org/∼barlow/Declaration-Final.html. A Barlow haveria que juntar muitos outros autores que, com uma ou outra variação, partilham da visão utópica

mesmo, juntamente com Mitch Kapor, o fundador da Lotus, uma Fundação intitulada *Electronic Frontier Foundation*.

É precisamente em relação a este tipo de visões que um autor como Philippe Breton fala em "culto da Internet", caracterizado por uma "religiosidade difusa", "não deísta, espiritualista, dualista e anti-humanista" – e que tem como finalidade última "a reunião das consciências até à sua absorção num todo planetário unificado" e como práticas essenciais "a comunicação permanente, a separação física e o fim do encontro directo, uma relação de negação em relação à lei e à mediação, a confusão entre a representação e o representado, entre o virtual e o real."[13]

Diga-se, em abono da verdade, que alguns dos panegiristas do ciberespaço não têm qualquer pejo em assumir o carácter "religioso" da sua visão. Assim, e para darmos apenas um exemplo, Pierre Lévy – que Breton considera como um dos mais destacados gurus da cibercultura, e não só em França – diz a certa altura:

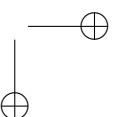
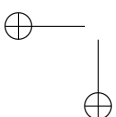
> Qual é então o projecto que está subjacente à minha descrição [do ciberespaço]? O leitor conhece já a minha religião. Estou plenamente convencido de que permitir aos seres humanos que conjuguem as suas imaginações e as suas inteligências, pondo-se ao serviço do desenvolvimento e da emancipação das pessoas, é a melhor maneira de utilizar as tecnologias digitais.[14]

Como se depreende destas palavras de Lévy, e como ele próprio confessa, esta religião sem deus assume-se como um prolongamento e uma superação da "filosofia das luzes".[15] Noutro passo, é o próprio

do ciberespaço. Cf., apenas a título de exemplo, Philippe Quéau, *Le Virtuel. Vertus et Vertiges*, Paris, Éditions Champ Vallon/INA, 1993; Derrick de Kerckhove, *The Skin of Culture*, Toronto, Somerville House Publishing, 1995; Nicholas Negroponte, *Ser Digital*, Lisboa, Caminho, 1996; o já citado Pierre Lévy, *Cibercultura*, Lisboa, Instituto Piaget, 2000.

[13] Philippe Breton, *Le Culte de l'Internet*, Paris, La Découverte, 2000, p. 106.

[14] Pierre Lévy, *Cibercultura*, Lisboa, Instituto Piaget, 2000, pp. 227-228.

[15] Lévy, *ibidem*, p 228.

ciberespaço, e já não a atitude perante ele, que é comparado a uma "religião universal":

> Por exemplo, uma religião universal é supostamente dirigida a todos os homens e deve reuni-los virtualmente através da sua revelação, a sua escatologia, os seus valores. (....) Do mesmo modo, o horizonte de um ciberespaço que nós reputamos universalista é interligar todos os bípedes falantes e fazê-los participar na inteligência colectiva da espécie no seio de um meio ubíquo.[16]

Não por acaso – e isso é também é devidamente sublinhado por Breton –, a expressão "inteligência colectiva" vai Lévy buscá-la ao teólogo católico Teillard de Chardin que, na sua obra *O Fenómeno Humano*, se refere às "energias" vindas do Passado e que se armazenam "irreversivelmente, por todos os canais da 'tradição', na mais alta forma de Vida acessível à nossa experiência, quer dizer, na Memória e na Inteligência colectiva do Bioto humano" – acrescentando, a propósito da Tradição, da Instrução e da Educação que, "se a Noosfera não é uma ilusão", então "será muito mais justo reconhecer nestas comunicações e trocas de ideias a forma superior sob que chegam a fixar-se em nós certos modos mais rígidos de enriquecimentos biológicos por *aditividade*".[17] Pode dizer-se que, nesta matéria, Lévy se limita a repetir o "pai fundador" McLuhan que, em *A Galáxia Gutenberg*, não só dedica a Chardin um "mosaico" a que deu o significativo título de "A nova interdependência imposta pela electricidade recria o mundo à imagem de uma aldeia global", como, e para ilustrar o conceito de "noosfera", cita e comenta algumas passagens de *O Fenómeno Humano* que considera mais significativas.[18]

[16] Lévy, *ibidem*, p. 273.

[17] Cf. Pierre Teillard de Chardin, *O Fenómeno Humano*, Porto, Livraria Tavares Martins, 1970, pp. 242-3. A "noosfera" é definida, por Chardin, como "[u]ma colectividade harmonizada das consciências, equivalente a uma espécie de superconsciência" (p. 275), uma reunião de "todas as Consciências" (p. 287).

[18] Cf. Marshall McLhuan, *La Galaxie Gutenberg*, Paris, Gallimard, 1977, p. 74.

9.3 Paradigmas da comunicação na Internet

Os discursos "míticos" sobre o ciberespaço têm, como um dos seus fundamentos essenciais, a própria natureza da Internet enquanto meio de comunicação. Mas a Internet não é apenas mais um meio de comunicação – ela introduz um novo paradigma ou modelo da comunicação. Tendo em conta a observação já citada de McQuail e Windahl de que os "modelos" da comunicação são descrições que "simplificam a realidade, seleccionam elementos chave, e indicam relações" mas que, por isso mesmo, "podem omitir aspectos importantes", caracterizaremos as formas de comunicação próprias do meio Internet a partir dos três aspectos seguintes:

i) A Internet como *meta-medium*[19] ou *uni-medium*[20]: a Internet é um meio em que confluem, de forma digital, todos os outros meios, ou – e dizendo-o na linguagem de McLuhan, para quem o "conteúdo" ou a "mensagem" de qualquer *medium* é sempre um outro *medium* –[21] como um meio que tem como "conteúdos" ou "mensagens" todos os outros meios. Decorre, daqui, o facto de se encontrarem na Internet as múltiplas categorias de comunicação (pelo menos de acordo com as classificações habituais), próprias dos mais diversos *media*: a difusão (da informação) massiva e uni-direccional, mas também a comunicação interpessoal e bi-direccional; a comunicação escrita mas também a visual, a áudio e a audiovisual; a comunicação síncrona mas também a assíncrona; etc..

ii) A Internet como meio *interactivo*: entendendo a interactividade não como uma propriedade específica de determinados meios mas como "uma variável característica de sequências comunicativas" e que pode ser definida como "a expressão da extensão em que, numa dada série de trocas comunicativas, uma terceira (ou ulterior) transmissão (ou mensa-

[19] Cf. Philipe Aigrain, "Attention, Media, Value and Economics", *First Monday*, Volume 2, Number 9, 1997, http://www.firstmonday.dk/issues/issue2_7/aigrain/.

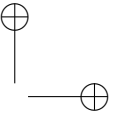
[20] Cf. Pierre Lévy, *Cibercultura*, Lisboa, Instituto Piaget, 2000, p. 69.

[21] Cf. Marshall McLuhan, *Understanding Media. The Extensions of Man*, Londres, Nova Iorque, Ark Paperbacks, 1987, p. 18 *et passim*.

gem) está relacionada com o grau segundo o qual trocas prévias se referiam a transmissões efectuadas anteriormente",[22] é possível considerar, na Internet, três diferentes tipos de interactividade: utilizador-sistema – a interactividade do utilizador com o computador e os respectivos programas; utilizador-documentos – a interactividade entre o utilizador e os documentos possibilitada pela organização hipertextual e a navegação intra- e inter-documentos; utilizador-utilizador – a interactividade entre utilizadores possibilitada por meios como o correio electrónico, o *chat* ou a vídeo-conferência. É ainda possível considerar, em cada um destes diferentes tipos de interactividade, diferentes graus da mesma.[23] Em termos gerais podemos dizer que, "dentro de cada um destes tipos de interactividade, um factor importante a considerar é o lugar do controlo. À medida que muda o controlo entre emissores e receptores e entre humanos e sistemas computacionais, muda a natureza da interactividade."[24] Sublinhe-se, ainda, que a classificação habitual da Internet como "meio interactivo" não pode significar, de modo algum, que a Internet detém o exclusivo da interactividade – o livro, o telefone ou a rádio são também, cada um a seu modo, interactivos –, mas sim que é no meio Internet que os três tipos de interactividade acima considerados não só se conjugam mas também atingem o seu grau máximo; um grau que os desenvolvimentos em matéria da "realidade virtual" per-

[22] Sheizaf Rafaeli, "Interactivity: From new media to communication", in R. P. Hawkins, J. M. Wiemann, S. Pingree (org.)*, Sage Annual Review of Communication Research: Advancing Communication Science*, *Vol. 16,* Beverly Hills, CA, Sage, 1988, p. 111. Como se depreende, esta definição de interactividade procura ultrapassar (e integrar) a habitual distinção entre "interacção" (entre pessoas) e "interactividade" (entre pessoas e meios).

[23] Para uma análise mais pormenorizada desta questão, cf. Paulo Serra, "Internet e interactividade", in Eduardo Camilo (org.), *Informação e Comunicação Online*, Volume II, *Internet e Comunicação Promocional*, Covilhã, UBI, 2003.

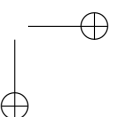
[24] Sally J. McMillan, "Exploring models of interactivity from multiple research traditions: users, documents and systems", in Leah A. Lievrouw, Sonia Livingstone (org.), *Handbook of New Media. Social Shaping and Consequences of ICTS*, Londres, Sage, 2002, p. 175.

mitirão, provavelmente, aprofundar de forma inimaginável num futuro próximo.

iii) A Internet como meio *desintermediador*[25] : o termo "desintermediação", com origem na área económica, é utilizado por Daniel Dayan e Elihu Katz para se referirem aos "acontecimentos mediáticos" (televisivos), definindo-o como "o processo através do qual os acontecimentos mediáticos permitem que os seus protagonistas principais *falem sobre as cabeças* dos intermediários que normalmente fazem a mediação entre os líderes e o seu público".[26] Ora, como reconhecem os autores, este processo não é exclusivo dos "acontecimentos mediáticos" nem, muito menos, da televisão, podendo ser visto como "a chave para todo o fenómeno da comunicação de massas, começando com a Reforma protestante, quando o acesso directo a versões impressas da Bíblia permitiu que a mensagem de Deus fosse lida 'por cima das cabeças' do clero, que reclamava a sua custódia oficial".[27] O que este processo significa, não é, no entanto, e ao contrário do que muitas vezes se afirma, o fim da "intermediação", mas antes a substituição da mediação humana pela mediação tecnológica – no caso da Internet, por programas de organização, pesquisa e selecção da informação; a não ser assim, seria perfeitamente paradoxal atribuir, aos *media*, a des(inter)mediação. Por outro lado, e ao contrário do que pode sugerir a definição de Dayan e Katz, na Internet a "desintermediação" não se dá apenas a nível da "emissão", da produção e difusão da informação, em que dispensa os tradicionais "editores" e "*gatekeepers*", mas também a nível da "recepção", em que dispensa os tradicionais "transmissores" e "intérpretes" da informação.

Querendo resumir todas as características referidas numa única fórmula, poderíamos dizer que a Internet é o meio de comunicação do

[25] Este é um aspecto especialmente enfatizado por – e que preocupa especialmente – Wolton, que propõe a reposição dos "intermediários" e a "regulamentação". Cf. Dominique Wolton, *E Depois da Internet?* Lisboa, Difel, 2000.

[26] Cf. Daniel Dayan, Elihu Katz, *A História em Directo. Os Acontecimentos Mediáticos na Televisão*, Coimbra, Minerva, 1999, p. 204.

[27] Dayan, Katz*, ibidem*.

tudo em um – como transparece, também, da caracterização que dela é feita por Lévy: "Ubiquidade da informação, documentos interactivos e interligados, telecomunicação recíproca e assíncrona de grupo e entre grupos."[28] Por outras palavras: um meio de comunicação verdadeiramente ideal. É precisamente sobre essa "idealidade" que se constroem os "mitos" acerca da Internet e das suas "potencialidades" e, nomeadamente, esses três mitos centrais que são os da "biblioteca universal" – uma biblioteca virtual que coloca toda a informação, de todos os tempos e lugares, à disposição de todos os homens, configurando uma verdadeira "inteligência colectiva" –, da "comunidade virtual" – uma comunidade de cidadãos livres, iguais e fraternos, que partilham todo o saber e todo o poder, no ciberespaço – e da "aldeia global" – um mundo de cidadãos interligados, constituindo uma e a mesma "família humana", uma e a mesma "consciência", para repetirmos os termos de McLuhan.[29]

Não analisaremos aqui, em detalhe, cada um desses mitos.[30] Diremos, tão só, que cada um deles se confronta – e nos confronta – com problemas cuja solução se antevê como extremamente difícil.

No caso da "biblioteca universal", o principal problema que se coloca a todo aquele que pretende pesquisar informação nesta biblioteca cada vez mais babélica, indefinida e infinita que é a Internet, é o da selecção da informação, seja em termos da sua pertinência seja em termos da sua credibilidade – o que se prende, por sua vez, com questões como a das fontes ou autoria da informação, os seus objectivos, etc.. Como distinguir o que interessa do que é apenas interessante? O que é fiável

[28] Pierre Lévy, *Cibercultura*, Lisboa, Instituto Piaget, 2000, p. 54.

[29] De acordo com Lévy, que não fala de "mitos", mas de "princípios": "Do mais elementar ao mais elaborado, três princípios orientaram o crescimento inicial do ciberespaço: a interligação, a criação de comunidades virtuais e a inteligência colectiva." Lévy, *ibidem*, p. 132.

[30] Cf., para essa análise, os nossos textos: *A Informação como Utopia*, Covilhã, UBI, 1998; "A Internet e o mito da visibilidade universal", in Eduardo Camilo (org.), *Informação e Comunicação Online*, Volume II, *Internet e Comunicação Promocional*, Covilhã, UBI, 2003.

do que é apenas sugestivo? Não há programas de pesquisa, por mais aperfeiçoados que eles sejam, que permitam responder a estas questões – exigindo-se, assim, formas de mediação humana que permitam lidar com o "excesso de informação", ao triplo nível da sua organização, da sua selecção e da sua interpretação.

No caso da "comunidade virtual", desnecessário se torna insistir no facto de que, seja a nível mundial, entre regiões e países, seja a nível de cada um dos países, entre regiões e categorias sociais, há desigualdades evidentes a nível do acesso à e de utilização da Internet. Assim, e tomando apenas Portugal como exemplo, os dados sobre o perfil dos utilizadores e o acesso e a utilização da Internet referentes ao ano de 2004 mostram, entre outras coisas, que apenas 43% dos portugueses residentes no Continente utilizam a Internet, e que apenas 31% das famílias dispõem de ligação à Internet, descendo para 10% as que dispõem de ligação à Internet em banda larga. No que se refere aos que utilizam a Internet, a sua percentagem é: directamente proporcional ao grau de escolaridade – sendo mínima na categoria dos que têm o 1º Ciclo do Ensino Básico (8%) e máxima na categoria dos que possuem Curso Médio ou Superior (92%); inversamente proporcional à idade, sendo máxima entre os 15-19 anos (82%) e mínima entre os 50-64 (14%); quanto à condição perante o trabalho, é máxima entre os Estudantes (93%) e mínima nos Doméstica(o)s (3%); quanto a grupos de profissão, máxima nos Especialistas das Profissões Intelectuais e Científicas (92%) e mínima nos Agricultores e Trabalhadores Qualificados da Agricultura e Pescas (8%).[31]

No caso da "aldeia global", ou, como se lhe refere Lévy, da "interligação", Dominique Wolton chama a atenção para o facto de que, e ao contrário do que acontece com os *mass media*, nomeadamente com a televisão, que são integradores, a Internet é desintegradora, marcando o início daquilo que designa como "era das solidões interacti-

[31] Cf. Unidade de Missão Inovação e Conhecimento, Observatório da Inovação e Conhecimento, *Inquérito à Utilização das TIC pela População Portuguesa 2004*, http://www.umic.gov.pt.

vas"[32] – o que decorre, desde logo, do facto de ela ser, no essencial, não um meio de comunicação social mas antes "um formidável sistema de transmissão de informação e acesso a um número incalculável de informações".[33] Lembremos que também o livro de Philippe Breton *O Culto da Internet* tem como subtítulo a pergunta se tal "culto" será "Uma ameaça para a ligação social?" – uma pergunta a que, no decurso do livro, o autor reponde afirmativamente, como se comprova, desde logo, pela forma como descreve a "comunhão" prometida pela Internet: "Para comungar, é preciso comunicar, e para comunicar, é preciso separar-se."[34] Note-se, no entanto, que a defesa desta posição não parece compatível com os dados disponíveis sobre a forma como é utilizada a Internet, nomeadamente os constantes do inquérito à população portuguesa que referimos atrás, e de acordo com os quais a funcionalidade mais utilizada pelos internautas é o envio e a recepção de *e-mails* (75%). Mas, neste caso, provavelmente teremos de reconhecer, com Brian Winston – que afirmava, já há alguns anos, que das aplicações da Net o correio electrónico era a "menos ambiguamente valiosa" –[35] que, "para além do alarido, a Internet era apenas outra rede. Quero com isto dizer que os seus efeitos sociais podiam (e deviam) ser tão profundos como, por exemplo, os daquela rede muito mais ubíqua, o telefone. Tão profundos... e tão revolucionários."[36]

Este autor é, assim, bastante crítico em relação a temas como a publicação científica – para a qual, e dadas as exigências académicas em termos de "autoria" e "publicação", não vê grande futuro na net –, a

[32] Dominique Wolton, *E Depois da Internet?* Lisboa, Difel, 2000, p. 93.

[33] Wolton, *ibidem*, p. 12.

[34] Philippe Breton, *Le Culte de l'Internet*, Paris, La Découverte, 2000, p. 8. É claro que se pode argumentar, em relação a tal tese, que a "separação" é uma característica de todos os meios de comunicação – só há que mediar o que, de facto, está separado; mas a questão, para Breton, reside em que os "sacerdotes" da Internet parecem não terem consciência disso, erigindo a rede numa espécie de meio sem mediação.

[35] Brian Winston, *Media, Technology and Society. A History From the Telegraph to the Internet*, Londres, Nova Iorque, Routledge, 2000, p. 335.

[36] Winston, *ibidem*, p. 336.

criação de "comunidades virtuais" – que parecem não constituir senão "uma espécie de passatempo" – ou o comércio electrónico – incapaz de substituir o comércio usual, excepto talvez em domínios como a pornografia; tudo isto numa Internet cada vez mais "emperrada" à medida que vai crescendo.[37] No entanto, a posição de Winston parece não levar em linha de conta factos como a crescente interligação dos cientistas e das suas instituições através da net, a existência dos vários tipos de grupos de discussão, a construção de "bibliotecas" na web, a publicação de "dicionários", "enciclopédias", revistas e jornais *on-line*, o aumento crescente das vendas de livros, nomeadamente académicos, através do comércio electrónico e do número do utilizadores deste, etc..

9.4 A web e a publicação universal

Pelo menos desde o iluminismo que a tradição ocidental vê a liberdade de pensar como intimamente associada à liberdade de publicar. É precisamente por ter plena consciência desta relação entre pensamento e publicação que Kant se recusa a aceitar a posição daqueles para quem a "liberdade de pensar" poderia continuar a existir mesmo se e quando negada "a liberdade de falar ou de escrever":

> Diz-se que a liberdade de falar ou de escrever pode, certamente, ser-nos retirada por uma autoridade superior, mas não a liberdade de pensar. Mas quais seriam o campo e a rectidão do nosso pensamento se nós não pensássemos, por assim dizer, em comunidade com outros, numa comunicação recíproca dos nossos pensamentos! Pode pois dizer-se que esta autoridade exterior que arranca aos homens a liberdade de cada um dar publicamente conta dos seus pensamentos, lhes arranca ao mesmo tempo a liberdade de pensar, o único tesouro que ainda nos resta na multidão de fardos da vida civil e o único que nos pode

[37] Cf. Winston, *ibidem*, pp. 335-336.

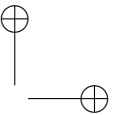
> ainda ajudar a encontrar um remédio para todos os males desta condição.[38]

Logo desde os seus inícios, e sobretudo depois da criação da web, a Internet foi vista como o meio de comunicação que permitiria a publicação universal,[39] livre e igualitária – permitindo realizar, no ciberespaço, a comunidade ideal de comunicação que acaba por consubstanciar o essencial da proposta iluminista. É verdade que, e ao contrário do que acontece em meios como o jornal, a revista, a rádio ou a televisão, a publicação na Internet não está sujeita a quaisquer mecanismos de *gatekeeping* prévios à publicação; em princípio, qualquer um, em qualquer altura, a partir de qualquer lugar pode publicar o que quiser na web – basta, para isso, que tenha um computador ligado à rede.[40] É um facto. Mas é igualmente um facto que também aqui "muitos são os chamados mas poucos os escolhidos", isto é, os que virão efectivamente a ser lidos – até pela impossibilidade de qualquer leitor (internauta) ler tudo o que é publicado na web, mesmo na sua área restrita de interesse.

Assim, também na web têm de existir determinados mecanismos de *gatekeeping*, que determinam a visibilidade dos poucos e a invisibilidade dos muitos – só que, em vez de se exercerem previamente à publicação, eles exercem-se posteriormente a essa publicação, sobre o "oceano" de informação que vai sendo acumulada. Recorrendo à imagem da "caixa negra", diremos que o que é condicionado, agora, são não as "entradas" – tudo e todos podem "entrar" – mas as "saídas"; e condicionadas em função de critérios muito estritos. Que critérios são esses? Tentámos já, em trabalhos anteriores, responder a esta questão a partir da análise de dois casos muito específicos – o caso dos motores

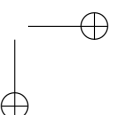
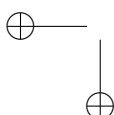
[38] Kant "Qu'est-ce que s'orienter dans la pensée?", VIII, 144, in *Oeuvres Philosophiques*, II (*Des Prolégomènes aux écrits de 1791*), Paris, Gallimard, 1985, pp. 542-3.

[39] No duplo sentido de tudo e de todos.

[40] Este "basta" não é, apesar de tudo, isento de dificuldades – sobretudo se pensarmos no que acontece nos países e regiões mais pobres do planeta.

de busca como o *Google* e dos seus critérios de relevância, e o caso dos blogues.[41]

Em ambos os casos, a maior ou menor visibilidade das páginas web – e, assim, o maior ou menor número de visitantes – está dependente das hiperligações que para elas apontam a partir de outras páginas, bem assim como da importância respectiva destas últimas; e essa visibilidade cresce ainda mais quando, por um ou outro motivo, as páginas web aparecem referidas ou citadas em *media* tradicionais como os jornais, as rádios ou as televisões. Em geral, as hiperligações mais importantes e que conferem maior importância às páginas para que apontam são as referentes a páginas de pessoas ou instituições que são consideradas como "autoridades" ou "referências" numa determinada área, ou que são conhecidas da opinião pública em geral, nomeadamente através dos *media* convencionais, ou, ainda, que correspondem a esses mesmos *media*. Deste modo, a visibilidade na web acaba por se ligar, de forma muito estreita, à visibilidade que existe fora da web – uma e outra formam, de facto, um verdadeiro círculo vicioso que é muito difícil quebrar.

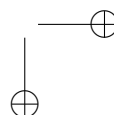
De qualquer modo, há situações em que tal quebra é, apesar de tudo, possível. Por exemplo quando, em momentos de ruptura como uma catástrofe ou um atentado, autores até aí mais ou menos "anónimos" ganham visibilidade como testemunhas de factos sobre que os quais escrevem – e fotografam, gravam, filmam – e publicam na web, transformando-se, mesmo, em fontes principais dos órgãos de informação *mainstream* (como aconteceu, recentemente, a propósito do tsunami no Sudoeste Asiático ou, há mais tempo, dos atentados terroristas de 11 de Setembro de 2002); ou, então, quando em virtude da originalidade do seu conteúdo – escrito, imagético, arquitectónico – uma

[41] Cf. "A Internet e o mito da visibilidade universal", in Eduardo Camilo (Org.), *Informação e Comunicação Online*, Volume II, *Internet e Comunicação Promocional*, Covilhã, Universidade da Beira Interior, 2003; "Contributos para uma teoria neo-darwiniana da comunicação", in António Fidalgo, Paulo Serra (orgs.), *Actas do Congresso Ciências da Comunicação em Congresso na Covilhã*, Covilhã, SOPCOM, Universidade da Beira Interior (em organização).

página tem a capacidade de provocar um efeito "bola de neve" (por exemplo blogues como *O Gato Fedorento* ou o *Blogue dos Marretas*, produzido por docentes da UBI); ou, ainda, quando uma página é suficientemente sensacionalista para imitar e mesmo inspirar o sensacionalismo dos órgãos de informação *mainstream* (por exemplo o *Drudge Report*, de Matt Drudge, ou o efémero blogue *Muito Mentiroso*).

O que acontece na web em matéria de publicação e da respectiva visibilidade parece justificar plenamente a nossa referência a uma teoria neo-darwiniana da comunicação. De acordo com tal teoria, a web pode ser vista como um "ambiente" caracterizado por uma "luta pela existência" (*struggle for life*) em que só sobrevivem – se tornam visíveis e, portanto, existentes – os "seres vivos" – as informações e comunicações – que forem capazes das variações e adaptações necessárias. Não seria, assim, muito difícil aplicar à web as palavras que Darwin escreve logo na introdução da sua obra sobre a origem e evolução das espécies:

> À medida que, em cada espécie, nascem muitos mais indivíduos do que aqueles que poderão, possivelmente, sobreviver; e como, por consequência, há uma luta pela existência constantemente renovada; segue-se que todo o ser que variar, o mais ligeiramente que seja, de forma proveitosa para ele, terá maiores hipóteses de sobreviver em condições de vida complexas e muitas vezes variáveis, e, assim, ser seleccionado naturalmente.[42]

Como outros meios que a antecederam, também a web ilustra a conjugação das tendências contraditórias a que se encontra submetida toda a nova forma de comunicação, a saber: se por um lado ela aparece

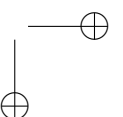
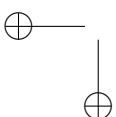
[42] Charles Darwin, *On the Origin of Species by Means of Natural Selection, or the Preservation of Favoured Races in the Struggle for Life,* "Introduction", Londres, John Murray, Albemarle Street, 1859, http://www.literature.org/authors/darwin-charles/the-origin-of-species/introduction.html (As palavras de Darwin glosadas antes da citação referem-se ao Capítulo 3 da sua obra, intitulado precisamente "Luta pela Existência").

como uma ampliação de determinadas possibilidades, por outro lado aparece, também, como restrição de outros tipos de possibilidades – pelo que não tem qualquer sentido, nesta matéria, falar em "progresso" ou em "retrocesso". Este aspecto foi, há muito, sublinhado por Luhmann quando, da lei "segundo a qual as improbabilidades se reforçam mutuamente e as soluções dos problemas num aspecto reduzem as possibilidades de solução noutros", extrai a implicação de que "não existe nenhum meio que facilite directamente um progresso constante do entendimento entre os homens".[43]

Resta-nos uma questão, que aqui deixaremos apenas enunciada: até que ponto será uma "teoria neo-darwiniana da comunicação" específica da web? Ou, por outras palavras: até que ponto será uma tal teoria generalizável a meios de comunicação que não a Internet?

Meios de comunicação como o jornal, a rádio ou a televisão, com os seus mecanismos de gatekeeping mais ou menos rígidos parecem descartar, desde logo, uma tal possibilidade. De facto, a Internet é, de todos os meios de comunicação actualmente existentes, o único que permite a publicação ilimitada, sem restrições que não aquelas que o "emissor" decida fazer a si próprio por questões "económicas", "éticas" ou outras: qualquer um, a qualquer momento, em qualquer local, pode publicar tudo o que quiser.

Mas pensemos no que acontece por exemplo quando, percorrendo as ruas de uma cidade, somos solicitados por uma infinidade de cartazes, de anúncios e de sinais de que, por motivos óbvios, só a alguns poderemos dar atenção. Ou, ainda, quando numa reunião todos os participantes podem falar "desregradamente" mas, de facto, nem todos – provavelmente apenas muito poucos – serão efectivamente levados em conta pelo conjunto dos participantes. Não estaremos aqui também perante situações em que é manifesta uma "luta pela existência" das diversas comunicações, sujeitas a critérios de selecção mais ou menos draconianos?

[43] Niklas Luhmann, "A improbabilidade da comunicação", in *A Improbabilidade da Comunicação*, Lisboa, Vega, 1992, p. 45.

Mas isso significaria que a “teoria neo-darwiniana da comunicação” poderia ser generalizada a todas as situações de comunicação em que, existindo suficiente liberdade e igualdade de emissão, venha a existir uma quantidade de comunicações de tal modo grande que impossibilite a recepção de todas elas – exigindo-se, assim, uma actividade de selecção por parte do receptor.

Bibliografia

ABRAMS, Marc (org.), *World Wide Web: Beyond the Basics*, Virginia Polytechnic Institute & State University, 1996, http://ei.cs.vt.edu/~wwwbtb/book/index.html.

AIGRAIN, Philipe, "Attention, Media, Value and Economics", *First Monday*, Volume 2, Number 9, 1997, http://www.firstmonday.dk/issues/issue2_7/aigrain/.

ANDERSON, J., *Communication Theory: Epistemological Foundations*, Nova Iorque, The Guilford Press, 1996.

ARISTÓTELES, *Retórica*, Lisboa, Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 1998.

BARBOSA, Elisabete, "Jornalistas e público: novas funções no ambiente *on-line*", in FIDALGO, António, SERRA, Paulo (orgs.), *Informação e Comunicação Online*, Volume I – *Jornalismo Online*, Covilhã, UBI, 2003.

BARBOSA, Elisabete, GRANADO, António, *Weblogs. Diário de Bordo*, Porto, Porto Editora, 2004.

BARLOW, John Perry, *A Declaration of the Independence of Cyberspace*, 1996, http://www.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html.

BARNOW, Eric *et al.* (eds.), *International Encyclopaedia of Communication*, Nova Iorque, Oxford, Oxford University Press, 1989 (3 vols.).

BARTHES, Roland, "De la science à la littérature", in *Oeuvres Complètes*, Tome II, Paris, Éditions du Seuil, 2002.

BATESON, Gregory, "Comunicación", in WINKIN, Y. (org.), *La Nueva Comunicación*, Barcelona, Kairós, 1990.

BATESON, Gregory, *Steps to an Ecology of Mind*, Chicago, Londres, The University of Chicago Press, 2000 (1972).

BAYM, Nancy K., "Interpersonal Life Online", in LIEVROW, Leah, LIVINGSTONE, Sonia (eds.), The Handbook of New Media. Social Shapping and Consequences of ICTs, Londres, Sage Publications, 2002.

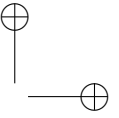
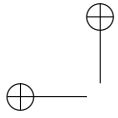
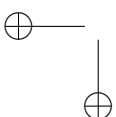
BECK, Ulrich, *Risk Society. Towards a New Modernity*, Londres, Sage Publications, 1998.

BELL, Daniel, *O Advento da Sociedade Pós-Industrial*, S.Paulo, Cultrix, 1977.

BERLO, David K. Berlo, *O Processo da Comunicação Introdução à Teoria e à Prática*, S. Paulo, Martins Fontes, 1991 (1960).

BERNERS-LEE, Tim, *Realising the Full Potential of the Web,* 1997, http://www.w3. org/1998/02/Potential.html.

BERNERS-LEE, Tim, *The World Wide Web: A very short personal history*, http://www.w3.org/History.html.

BIRDWHISTELL, Ray L., "Un ejercicio de kinésica y de linguística: la escena del cigarrillo", in WINKIN, Y. (org.), *La Nueva Comunicación*, Barcelona, Kairós, 1990.

BON, Gustave Le*, Les Opinions et les Croyances. Genèse, Évolution*, Paris, Ernest Fammarion, 1918 (1911), Edição electrónica Les Classiques des Sciences Sociales, http://www.uqac.uquebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html.

BON, Gustave Le, *Psicologia das Multidões*, Lisboa, Delraux, 1980 (1895).

BOUDON, Raymond, "Pequeña sociología de la incomunicación", in FERRY, Jean-Marc, WOLTON, Dominique y otros, *El Nuevo Espacio Público*, Barcelona, Gedisa, 1998.

BOUGNOUX, Daniel, "La communication au carrefour des savoirs", in MIRANDA, José A. Bragança de, SILVEIRA, Joel Frederico da (orgs.)*, As Ciências da Comunicação na Viragem do Século*, Actas do I Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Lisboa, Vega, 2002.

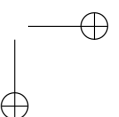
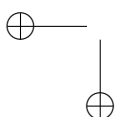
BOUGNOUX, Daniel*, Introduction aux Sciences de la Communication*, Paris, La Découverte, 2001.

BOURDIEU, Pierre, "Comment libérer les intellectuels libres?", in *Questions de Sociologie*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1998.

BRETON, Philippe, *Le Culte de l'Internet*, Paris, La Découverte, 2000.

BRYANT, Jennings, ZILLMAN, Dolf (orgs.), *Los Efectos de los Medios de Comunicación. Investigaciones y teorías*, Barcelona, paidós, 1996.

CAMILO, Eduardo (org.), *Informação e Comunicação Online*, Volume II, *Internet e Comunicação Promocional*, Covilhã, UBI, 2003.

CAMPBELL, Jeremy*, Grammatical Man*, Nova Iorque, Simon & Schuster, 1982.

CAREY, J. W., *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, Winchester, MA, Unwin Hyman, 1989.

CAREY, James W., "A cultural approach to communication", in MCQUAIL, Denis, *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, Londres, Sage Publications, 2002.

CAREY, James W., *Communication as Culture*, Boston, MA, Unwin Hyman, 1989.

CHARDIN, Pierre Teillard de, *O Fenómeno Humano*, Porto, Livraria Tavares Martins, 1970.

COBLEY, Paul (ed.), *The Communication Theory Reader*, Londres, Routledge, 1996.

COHN, Gabriel, *Sociologia da Comunicação. Teoria e Ideologia*, S. Paulo, Pioneira, 1973.

CONDORCET, *Esquisse d'un Tableau Historique des Progrès de l'Esprit Humain*, Paris, Vrin, 1970 (1793-1794).

CORNER, John, HAWTHORN, Jeremy (eds.), *Communication Studies. An Introductory Reader*, Londres, Edward Arnold, 1993.

CORREIA, João Carlos, FIDALGO, António, SERRA, Paulo (orgs.), *Informação e Comunicação Online*, Volume III, *Mundo Online da Vida e Cidadania*, Covilhã, UBI, 2003.

DAYAN, Daniel, KATZ, Elihu, *A História em Directo. Os Acontecimentos Mediáticos na Televisão*, Coimbra, Minerva, 1999.

DEFLEUR, Melvin L., BALL-ROKEACH, Sandra, *Theories of Mass Communication*, Nova Iorque, Longman, 1988.

DEWEY, John, *Experience and Nature*, Nova Iorque, Dover Publications, 1958.

ESTEVES, João Pissarra (org.), *Comunicação e Sociedade. Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*, Lisboa, Livros Horizonte, 2002.

ESTEVES, João Pissarra, *A Ética da Comunicação e os Media Modernos. Legitimidade e poder nas sociedades complexas*, Lisboa, FCG – JNICT, 1998.

ESTEVES, João Pissarra, *Espaço Público e Democracia*, Lisboa, Colibri, 2003.

FIDALGO, António, "Informação e persuasão. Recuperar a Retórica para os Estudos de Comunicação", Palestra proferida na Unisinos em 22 de Novembro de 2004, aquando da comemoração dos 10 anos do PPG em Ciências da Comunicação.

FIDALGO, António, "Os quadros da incerteza (Uma abordagem aos conceitos de informação e de redundância)", in SANTOS, José Manuel, CORREIA, João Carlos (orgs.), *Teorias da Comunicação*, Covilhã, UBI, 2004.

FIDALGO, António, *Publizistik ou as Ciências da Comunicação na Alemanha*, 1998, www.boccc.ubi.pt.

FIDALGO, António, *Semiótica. A Lógica da Comunicação*, Covilhã, UBI, 1998.

FIDALGO, António, SERRA, Paulo (orgs.), *Informação e Comunicação Online*, Volume I, *Jornalismo Online*, Covilhã, UBI, 2003.

FISKE, John, *Introdução ao Estudo da Comunicação*, Porto, Asa, 2002.

FOERSTER, Heinz von, "Ethics and Second Order Cybernetics", *Constructions of the Mind: Artificial Intelligence and the Humanities*, Stanford Humanities Review, 4, No.2, 1995, http://www.stanford.edu/group/SHR/42/text/foerster. html.

FOUCAULT, Michel, “Linguistique et sciences sociales” (1969), in *Dits et Écrits*, Volume I (1954-1969), Paris, Gallimard, 1998.

FRANÇA, Vera Veiga, “Paradigmas da comunicação: conhecer o quê?”, in *Ciberlegenda*, Número 5, 2001, http://www.uff.br/mestcii/index.htm.

GEERTZ, Clifford, "Blurred Genres: the Refiguration of Social Thought", in *Local Knowledge. Further Essays in Interpretive Anthropology,* Nova Iorque, Basic Books, 1983.

GIDDENS, Anthony*, As Consequências da Modernidade*, Lisboa, Celta, 1992.

GIDDENS, Anthony, *Modernidade e Identidade Pessoal*, Oeiras, Celta, 1994.

GITLIN, Todd, “Sociologia dos meios de comunicação social”, in ESTEVES, João Pissarra (org.), *Comunicação e Sociedade. Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*, Lisboa, Livros Horizonte, 2002.

GLASERSFELD, Ernst von, “A Cybernetician before Cybernetics”, *Systems Research and Behavioral Science*, 1997, 14(2), pp. 137-139,
www.umass.edu/srri/vonGlasersfeld/onlinePapers/html/208.html.

GOFFMAN, Ervin, VERHOEVEN, Josef, "An interview with Erving Goffman", *Research on Language and Social Interaction*, 26:3, 1993.

GOFFMAN, Erving, *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*, Lisboa, Relógio D’Água, 1993 (1959).

GOFFMAN, Erving, *Les Rites d’Intéraction*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1998 (1974).

GOMES, Itânia Maria Mota, "A atividade do receptor, um modo de se conceber as relações entre Comunicação e Poder", *Revista Intercom*, n.37, s/d, http://www.intercom. org.br/papers.

GRICE, H. P., "Logic and Conversation", in DAVIS, Steven (ed.), *Pragmatics. A Reader*, Nova Iorque, Oxford University Press, 1991.

HABERMAS, Jürgen, *Técnica e Ciência como "Ideologia"*, Lisboa, Edições 70, 1993.

HABERMAS, Jürgen*, Théorie de l'Agir Communicationnel*, Tome 1, *Rationalité de l'Agir et Rationalisation de la Société*, Paris, Fayard, 1987.

HALL, Edward T., "Proxémica", in WINKIN, Y. (org.), *La Nueva Comunicación*, Barcelona, Kairós, 1990.

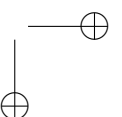
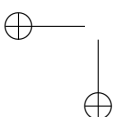
HALL, Edward T., *A Dimensão Oculta*, Lisboa, Relógio d'Água, 1986 (1966).

HALL, Edward T., *A Linguagem Silenciosa*, Lisboa, Relógio d'Água, 1994 (1959).

HARDT, H., *Critical Communication Studies. Communication, History, and Theory in America*, Londres, Nova Iorque, Routledge, 1992.

HARTLEY, John, *Comunicação, Estudos Culturais e Media*, Lisboa, Quimera, 2004.

HELLE, Horst J., "Erving Goffman: a symbolic interactionist?", in TOMASI, Luigi (ed.), *The Tradition of the Chicago School of Sociology*, Londres, Ashgate Publishing, 1998.

JAKOBSON, Roman, "Relations entre la science du langage et les autres sciences", in *Essais de Linguistique Générale*, Volume 2, *Rapports Internes et Externes du Langage*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1973.

JAKOBSON, Roman, "Le langage en relation avec les autres systèmes de communication", in *Essais de Linguistique Générale*, Volume 2, *Rapports Internes et Externes du Langage*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1973.

JAKOBSON, Roman, "Factores e funções do processo linguístico ou do acto de comunicação", in RODRIGUES, Adriano Duarte, DIONÍSIO, Eduarda, NEVES, Helena G. (orgs.), *Comunicação Social e Jornalismo*, Volume 1 - *O Fabrico da Actualidade*, Lisboa, A Regra do Jogo, 1981 (Traduzido de *Essais de Linguistique Générale*, Volume 1, Paris, Les Éditions de Minuit, 1970).

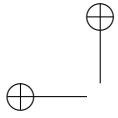
JENSEN, Klaus Bruhn (ed.), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and quantitative methodologies*, Londres, Routledge, 2003.

JENSEN, Klaus Bruhn, "Context, cultures and computers. The cultural contexts of mediate communication", in JENSEN, Klaus Bruhn (ed.), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and quantitative methodologies*, Londres, Routledge, 2003.

JENSEN, Klaus Bruhn, "*Media* reception. Qualitative traditions", in JENSEN, Klaus Bruhn (ed.), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and quantitative methodologies*, Londres, Routledge, 2003.

JENSEN, Klaus Bruhn, *On the Edge. A Meta-Analysis of the State of Media and Communication Research*, www.nordicom.gu.se/review contents/ncomreview/ncomrevi ew200/KBJensen.pdf.

KANT, Emmanuel, "Qu'est-ce que s'orienter dans la pensée?", VIII, 144, in *Oeuvres Philosophiques*, II (*Des Prolégomènes aux écrits de 1791*), Paris, Gallimard, 1985.

KANT, Immanuel, "Sobre a expressão corrente: isto pode ser correcto

na teoria, mas nada vale na prática" (1793), in *A Paz Perpétua e outros Opúsculos*, Lisboa, Edições 70, 1988.

KATZ, Elihu, "O fluxo da comunicação em dois níveis: memória actualizada de uma hipótese", in ESTEVES, João Pissarra (org.), *Comunicação e Sociedade. Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*, Lisboa, Livros Horizonte, 2002.

KATZ, Elihu, "One hundred years of communication research", in MIRANDA, José A. Bragança de, SILVEIRA, Joel Frederico da (orgs.), *As Ciências da Comunicação na Viragem do Século*, Actas do I Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Lisboa, Vega, 2002.

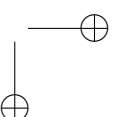
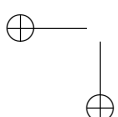
KATZ, Elihu, "La investigación en la comunicación desde Lazarsfeld", in FERRY, Jean-Marc, WOLTON, Dominique y otros, *El Nuevo Espacio Público*, Barcelona, Gedisa, 1998.

KENNEDY, G. A, *Comparative rhetoric: An historical and cross- cultural introduction*, Nova Iorque, Oxford University Press, 1997.

KERCKHOVE, Derrick de, *The Skin of Culture*, Toronto, Somerville House Publishing, 1995.

LANG, Kurt, "Communications Research: origins and development", in BARNOW, Erik *et al.* (eds.), *International Encyclopaedia of Communication*, Nova Iorque, Oxford, Oxford University Press, Volume 1, 1989.

LASSWELL, Harold, "Estrutura e função da comunicação na sociedade", in RODRIGUES, Adriano Duarte, DIONÍSIO, Eduarda, NEVES, Helena G. (orgs.), *Comunicação Social e Jornalismo*, Volume 1, *O Fabrico da Actualidade*, Lisboa, A Regra do Jogo, 1981.

LE BON, Gustave, *Psicologia das Multidões*, Lisboa, Delraux, 1980.

LEINER, Barry M., CERF, Vinton G. *et al.*, *A Brief History of the Internet*, http://www. isoc.org/internet/history.

LÉVI-STRAUSS, Claude, *Anthropologie Structurale*, Paris, Plon, 1974.

LÉVY, Pierre, *Cibercultura*, Lisboa, Instituto Piaget, 2000.

LIMA, Luiz Costa (org.), *Teoria da Cultura de Massa*, S. Paulo, Paz e Terra, 2002.

LUHMANN, Niklas "La différentiation de la politique et de l'économie", *Politique et Complexité*, Paris, Les Éditions du Cerf, 1999.

LUHMANN, Niklas, "A improbabilidade da comunicação", in *A Improbabilidade da Comunicação*, Lisboa, Vega, 1992.

LUHMANN, Niklas, "Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo", in *Organización y Decisión. Autopoiesis, Acción y Entendimiento Comunicativo*, Barcelona, Anthropos, 1997.

LUHMANN, Niklas, "Complexidade societal e opinião pública", in *A Improbabilidade da Comunicação*, Lisboa, Vega, 1993.

LUHMANN, Niklas, *Introducción a la Teoría de Sistemas*, Barcelona, Anthropos, 1996.

LUHMANN, Niklas, *La Realidad de los Medios de Masas*, Barcelona, Anthropos, 2000 (Versão inglesa *The Reality of the Mass Media*, Stanford, Stanford University Press, 2000).

LUHMANN, Niklas, *Sistemas Sociales. Lineamientos para una Teoría General*, Barcelona, Anthropos, 1998.

LUHMANN, Niklas, *Teoría Política en el Estado de Bienestar*, Madrid, Alianza Universidad, 1997.

MANOVICH, Lev, *The Language of New Media*, Cambridge Mass., The MIT Press, 2001.

MARTINO, Luiz C., "Épistémologie de la communication: scepticisme et intelligibilité du savoir communicationnel", *Les Enjeux de l'information et de la communication, 2003,* http://www.u-grenoble3.fr/les_enjeux.

MATTELART, Armand e Michèle, *História das Teorias da Comunicação*, Porto, Campo das Letras, 1997.

MATURANA, Humberto, MPODOZIS, Jorge, LETELIER, Juan Carlos, *Brain, Language and the Origin of Human Mental Functions*, *Biological Research*, 28: 15-26, 1995, http://www.informatik.umu.se/%7Erwhit/MatMpo&Let(1995).html.

MCCOMBS, Maxwell E., SHAW, Donald L., "The Agenda-setting function of mass media", *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, n^o 2, 1972, in TRAQUINA, Nelson*, O Poder do Jornalismo. Análise e Textos da Teoria do Agendamento*, Coimbra, Minerva, 2000.

MCCOMBS, Maxwell E., SHAW, Donald L., "The Evolution of Agenda-setting Research: Twenty Five Years in the Marketplace of Ideas", *Journal of Communication*, Vol. 43, n^o 2, 1993, in TRAQUINA, Nelson, *O Poder do Jornalismo. Análise e Textos da Teoria do Agendamento*, Coimbra, Minerva, 2000.

MCLHUAN, Marshall, *La Galaxie Gutenberg*, Paris, Gallimard, 1977.

MCLUHAN, Marshall, *Understanding Media. The Extensions of Man*, Londres, Nova Iorque, Ark Paperbacks, 1987.

MCMILLAN, Sally J., "Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Douments, and Systems", in LIEVROW, Leah, LIVINGSTONE, Sonia (eds.), *Handbook of New Media. Social Shaping and Consequences of ICTS*, Londres, Sage, 2002.

MCQUAIL, Denis, "The future of communication theory", in MIRANDA, José A. Bragança de, SILVEIRA, Joel Frederico da (orgs.), *As Ciências da Comunicação na Viragem do Século*, Actas do I Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Lisboa, Vega, 2002.

MCQUAIL, Denis*, McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, Londres, Sage Publications, 2002.

MCQUAIL, Denis, WINDAHL, Sven, "Models of communication", in BARNOW, Erik *et al.* (eds.), *International Encyclopedia of Communication*, Volume 3, Nova Iorque, Oxford, Oxford University Press, 1989.

MCQUAIL, Denis, WINDAHL, Sven, *Modelos de Comunicação para o Estudo da Comunicação de Massas*, Lisboa, Editorial Notícias, 2003.

MCQUAIL, Denis, *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa, Gulbenkian, 2003.

MEYROWITZ, Joshua, *No Sense of Place*, Nova Iorque, Oxford, Oxford University Press, 1986.

MIÈGE, Bernard, "Le communicationnel et le social: déficits récurrents et nécessaires (re)-positionnements théoriques", in *Loisir et Société*, vol. 21, N^o 1, Presses de l'Université du Québec, 1998, http://www.u-grenoble3.fr/les_enjeux.

MIÈGE, Bernard, *La Société Conquise para la Communication*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1989.

MURDOCK, Graham, "*Media*, culture and modern times. Social science investigations", in JENSEN, Klaus Bruhn (ed.), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and quantitative methodologies*, Londres, Routledge, 2003.

NEGROPONTE, Nicholas, *Ser Digital*, Lisboa, Caminho, 1996.

NOËLLE-NEUMAN, Elisabeth, *La Espiral del Silencio*, Barcelona, Paidós, 1995.

PETERS, J. D., *Speaking Into the Air. A History of the Idea of Communication*, Chicago, University of Chicago Press, 1999.

PINO, Carlos Castilla del, *La Incomunicación*, Madrid, Ediciones Península, 1970.

PLATÃO, *Fedro*, Lisboa, Guimarães Editores, 1989.

QUÉAU, Philippe*, Le Virtuel. Vertus et Vertiges*, Paris, Éditions Champ Vallon/INA, 1993.

QUERIDO, Paulo, ENE, Luís, *Blogs*, Lisboa, Centro Atlântico, 2003.

RABAÇA, Carlos Alberto, BARBOSA, Gustavo, *Dicionário de Comunicação*, S. Paulo, Ática, 1987.

RAFAELI, Sheizaf, "Interactivity: From new media to communication", in HAWKINS, R. P., WIEMANN, J. M., PINGREE, S. (orgs.), *Sage Annual Review of Communication Research: Advancing Communication Science*, *Vol. 16,* Beverly Hills, CA, Sage, 1988.

RAFAELI, Sheizaf, SUDWEEKS, Fay, "Networked Interactivity", *Journal of Computer–Mediated Communication*, Volume 2, Number 4: March, 1997, http://www.ascusc.org/jcmc/vol2/issue4/rafaeli.sudweeks.html.

REBELO, José, "Da comunicação social às ciências da comunicação. Breve análise crítica de duas décadas de ensino e de investigação", in MIRANDA, José A. Bragança de, SILVEIRA, Joel Frederico da (orgs.), *As Ciências da Comunicação na Viragem do Século*, Actas do I Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Lisboa, Vega, 2002.

RODRIGUES, Adriano Duarte, "A propósito da comunicação", in *Filosofia e Epistemologia II*, Lisboa, A Regra do Jogo, 1979.

RODRIGUES, Adriano Duarte, *A Comunicação Social. Noção, história, linguagem*, Lisboa, Vega, s/d.

RODRIGUES, Adriano Duarte, *Comunicação e Cultura. A experiência cultural na era da informação*, Lisboa, Presença, 1994

RODRIGUES, Adriano Duarte, *Dicionário Breve da Informação e da Comunicação*, Lisboa, Presença, 2000.

RODRIGUES, Adriano Duarte, *Os Estudos de comunicação na Universidade*, 1996, www.bocc.ubi.pt.

RODRIGUES, Adriano Duarte, DIONÍSIO, Eduarda, NEVES, Helena G. (orgs.), *Comunicação Social e Jornalismo*, 2 volumes, Lisboa, A Regra do Jogo, 1981.

ROGERS, E. M., *A History of Communication Study. A Biographical Approach*, Nova Iorque, Free Press, 1994.

ROSZAK, Theodor, *The Cult of Information*, Cambridge, Lutterworth Press, 1986.

SANTOS, José Manuel, CORREIA, João Carlos (orgs.), *Teorias da Comunicação*, Covilhã, UBI, 2004.

SCHEFF, Thomas J., *The Goffman legacy: deconstructing / reconstructing social science*, Presented at Pacific Sociological Assoc. Annual Meeting, San Francisco, March 31, 2001, http://www.soc.ucsb.edu/faculty/scheff/ 18.html.

SCHILLER, D., *Theorizing Communication. A History*, Nova Iorque, Oxford University Press, 1996.

SERRA, Paulo, "Comunicação e utopia", in ROSA, José M. S., SERRA, J. Paulo (orgs.), *Da fé na Comunicação à comunicação da Fé* (a aguardar publicação).

SERRA, Paulo, *A Informação como Utopia*, Covilhã, UBI, 1998.

SERRA, Paulo, "A Internet e o mito da visibilidade universal", in CAMILO, Eduardo (org.), *Informação e Comunicação Online*, Volume II, *Internet e Comunicação Promocional*, Covilhã, UBI, 2003.

SERRA, Paulo, "Contributos para uma teoria neo-darwiniana da comunicação", in FIDALGO, António, SERRA, Paulo (orgs.), *Actas do Congresso Ciências da Comunicação em Congresso na Covilhã*, Covilhã, SOPCOM, UBI (em organização).

SERRA, Paulo, "Internet e interactividade", in CAMILO, Eduardo (org.), *Informação e Comunicação Online*, Volume II, *Internet e Comunicação Promocional*, Covilhã, UBI, 2003.

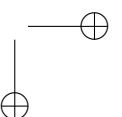
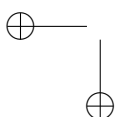
SERRA, Paulo, *Informação e Sentido. O estatuto epistemológico da informação*, Covilhã, UBI, 2003.

SFEZ, Lucien, *Crítica da Comunicação*, Lisboa, Instituto Piaget, 1994.

SHANNON, Claude E., "A Mathematical Theory of Communication", *The Bell System Technical Journal*, Vol. 27, Julho, Outubro, 1948.

SHANNON, Claude E., WEAVER, Warren, *The Mathematical Theory of Communication*, Chicago, University of Illinois Press, 1963 (1949).

SIMMEL, Georg, "Essai sur la sociologie des sens", in *Sociologie et Épistémologie*, Paris, PUF, 1981.

SIMMEL, Georg, "The problem of Sociology", in *On Individuality and Social Forms*, Chicago, Londres, The University of Chicago Press, 1971.

SLATER, Don, "Social Relationships and Identity Online and Offline", in LIEVROW, Leah, LIVINGSTONE, Sonia (eds.), *Handbook of New Media. Social Shaping and Consequences of ICTS*, Londres, Sage, 2002.

SPERBER, Dan, WILSON, Deirdre, *La Pertinence. Communication et Cognition,* Paris, Les Éditions de Minuit, 1989.

TARDE, Gabriel, *L'Opinion et la Foule*, Paris, PUF, 1989.

THOMPSON, John B., *Ideologia e Cultura Moderna*, Petrópolis, Vozes, 1998 (Original *Ideology and the Modern Culture*, Cambridge, Polity Press, 1990).

THOMPSON, John, *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, Cambridge, Polity Press, 1996.

Unidade de Missão Inovação e Conhecimento, Observatório da Inovação e Conhecimento, *Inquérito à Utilização das TIC pela População Portuguesa 2004*, http://www.umic.gov.pt.

WATZLAWICK, P., BEAVIN, J. Helmick, JACKSON, D., *Une Logique de la Communication*, Paris, Éditions du Seuil, 1972.

WATZLAWICK, Paul, *A Realidade é Real?* Lisboa, Relógio d'Água, 1991.

WEBER, Maria Helena, BENTZ, Ione, HOHLFELDT (orgs.), *Tensões e Objectos da Pesquisa em Comunicação*, Porto Alegre, Sulina, 2002.

WEBER, Max, "Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa" (Alocução no Primeiro Congresso da Associação Alemã de Sociologia em Frankfurt, 1910), *Lua Nova*, 2002, Nº 55-56, pp.185-194, http://www.scielo.br. (Versão inglesa: "Towards a sociology of the press", *Journal of Communication*, nº 26-3, Philadelphia, 1976).

WIEMANN, J. M., PINGREE, S. (eds.), *Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Process*, Newbury Park, CA, Sage, 1988.

WIENER, Norbert, *Cybernetics: or Control and Communication in the Animal and the Machine*, Cambridge Mass., The MIT Press, 1965 (1948).

WIENER, Norbert, *Cybernétique et société. L'usage humain des êtres humains*, Paris, Union Générale d'Éditions, 1971 (1950).

WILLIAMS, Raymond, *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*, Londres, Fontana Press, 1988.

WINKIN, Yves (org.), *La Nueva Comunicación*, Barcelona, Kairós, 1990.

WINKIN, Yves, "Goffman, Erving (1922-1982)", in BARNOW, Erik *et al.* (eds.), *International Encyclopaedia of Commmunication*, Vol. 2, Nova Iorque, Oxford University Press, 1989.

WINSTON, Brian, *Media, Technology and Society. A History from the Telegraph to the Internet*, Londres, Nova Iorque, Routledge, 2000.

WOLF, Mauro, *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Presença, 1995(1985).

WOLTON, Dominique, *E Depois da Internet?* Lisboa, Difel, 2000.